

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ**



***АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
ПРИРОДНИЧИХ І ГУМАНІТАРНИХ НАУК
У ДОСЛІДЖЕННЯХ МОЛОДИХ УЧЕНИХ
«РОДЗИНКА – 2019»***

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

XXI Всеукраїнської наукової конференції молодих учених

**СЕРІЯ «ЮРИДИЧНІ НАУКИ.
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ.
ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ І
СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НАУКИ.
ЕКОНОМІКА, ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТУРИЗМ,
МЕНЕДЖМЕНТ»**

**СЕРІЯ «ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ.
СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»**

18 – 19 квітня 2019 року
Черкаси, Україна

Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук у дослідженнях молодих учених «Родзинка – 2019» / XXI Всеукраїнська наукова конференція молодих учених. – Черкаси : ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2019. – 556 с.

У збірнику матеріалів Всеукраїнської наукової конференції молодих учених «Родзинка-2019» представлено наукові праці молодих учених за такими напрямками: «Природничо-математичні та комп'ютерні науки», «Філологічні науки. Соціальні комунікації», «Психолого-педагогічні науки», «Історія. Філософія», «Юридичні науки. Інтелектуальна власність. Державне управління і соціально-політичні науки. Економіка, підприємництво, туризм, менеджмент».

Члени головної редакційної колегії: д. е. н., проф. **О. В. Черевко** (голова); д. і. н., проф. **С. В. Корновенко** (заст. голови); д. б. н, член-кор. АПНУ, проф. **Ф. Ф. Боєчко**; д. с.-г. н., проф. **В. Я. Білоножко**; д. ф.-м. н., проф. **А. М. Гусак**; д. пед. н., проф. **Т. М. Десятов**; д. е. н., доц. **Л. О. Кібальник**; д. філол. н., проф. **С. А. Жаботинська**; д. і. н., проф. **Н. І. Земзюліна**; д. е. н., проф. **І. І. Кукурудза**; д. б. н., проф. **В. С. Лизогуб**; д. ф.-м. н., доц. **Ю. О. Ляшенко**; д. філос. н., проф. **О. В. Марченко**; д. х. н., проф. **Б. П. Мінаєв**; д. філол. н., проф. **В. Т. Полішук**; д. філол. н., проф. **О. О. Селіванова**; д. і. н., проф. **А. Ю. Чабан**; д. держ. упр., проф. **В. І. Шарий**; д. пед. н., проф. **В. П. Шпак**; д. психол. н., академік АПНУ, проф. **Т. С. Яценко**; д. е. н., доц. **Н. В. Зачосова** (відповідальний секретар), к. ф.-м. н, доц. **О. О. Богатирьов**; к. х. н., доц. **В. І. Бойко**; к. ф.-м. н., доц. **В. С. Денисенко**, к. пед. н., доц. **Т. С. Зорочкіна**; к. філол. н., доц. **Л. В. Корновенко**; к. х. н., доц. **О. А. Лут**; к. ю. н., доц. **Ю. С. Кононенко**; к. пед. н., доц. **Л. А. Нечипоренко**; к. пед. н., доц. **Т. С. Нінова**; к. філол. н., доц. **Л. О. Пашіс**; к. філол. н., доц. **І. І. Погрібний**; к. т. н., доц. **В. І. Салапатов**; к. с.-г. н., доц. **О. А. Спрягайло**; к. психол. н., доц. **Л. Г. Туз**; к. філол. н, доц. **Л. В. Швидка**.

Редакційна рада серії «Юридичні науки. Інтелектуальна власність. Державне управління і соціально-політичні науки. Економіка, підприємництво, туризм, менеджмент»: д. е. н., доц. **В. В. Білик**; д. філос. н., проф. **М. П. Іщенко**; д. е. н., проф. **Є. М. Кирилюк**; д. е. н., проф. **С. А. Назаренко**; д. е. н., проф. **С. Р. Пасєка**; д. е. н., проф. **В. М. Яценко**; д. е. н., доц. **О. В. Яценко**; к. е. н., доц. **В. М. Андрусяк**; к. е. н., доц. **Н. О. Андрусяк**; к. ю. н., доц. **Г. А. Волошкевич**; к. т. н., доц. **З. М. Гадецька**; к. і. н., доц. **О. М. Костюкова**; к. ю. н., доц. **О. А. Кульбашна**; к. геогр. н., доц. **В. І. Новикова**; к. політ. н., доц. **А. О. Овчаренко**; к.ю.н., доц. **О. С. Парамонова**; к. держ. упр., доц. **Л. Я. Самойленко**.

Редакційна рада серії «Філологічні науки. Соціальні комунікації»: д. пед. н., доц. **О. І. Вовк**; д. філол. н., проф. **С. А. Жаботинська**; д. філол. н., проф. **О. С. Киченко**; д. філол. н., проф. **Г. І. Мартинова**; д. філол. н., доц. **В. І. Пахаренко**; д. філол. н., проф. **Л. В. Шитик**; к. філол. н., доц. **Т. Г. Бондаренко**; к. пед. н., доц. **М. П. Василенко**; к. філол. н., доц. **О. В. Вертипорох**; к. пед. н., доц. **І. М. Куліш**; к. філол. н., доц. **І. М. Литвин**; к. філол. н., доц. **І. І. Погрібний**; к. філол. н., доц. **Н. В. Рибалка**; к. філол. н., доц. **В. А. Тєсля**; к. філол. н., доц. **Т.В. Щербина**; викл. **Ю. Г. Кабіна**.

Матеріали публікуються в авторській редакції. Редакція залишає за собою право технічного коригування текстів.

За дотримання права інтелектуальної власності, дотримання норм академічної доброчесності, достовірність матеріалів та обґрунтування висновків відповідають автори та їх наукові керівники.

ЗМІСТ

СЕРІЯ

«ЮРИДИЧНІ НАУКИ. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ. ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ І СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НАУКИ. ЕКОНОМІКА, ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТУРИЗМ, МЕНЕДЖМЕНТ»

ПРАВознавство. ПОЛІТОЛОГІЯ

<i>Анєнко А. В.</i> Корупція: поняття та види.....	14
<i>Бахчагулян М.</i> Роль середньовічних університетів у рецепції римського права.....	15
<i>Белінська П. М.</i> Особливості нормативістського підходу до розуміння права.....	17
<i>Войцехівська Д. Ю.</i> Поліетнічність українського суспільства як основа державної етнонаціональної політики.....	19
<i>Городнічук А.В.</i> Питання реформування права вето ради безпеки ООН.....	21
<i>Іванко Н. В.</i> Дидактичні ігри на уроках правознавства.....	22
<i>Іваницька Д.</i> Право на евтаназію та його закріплення в законодавстві європейських країн.....	24
<i>Ісаєнко Ю. О.</i> Концепція поколінь прав людини: загальна характеристика.....	26
<i>Комзюк А. В.</i> Кодекси як основа системи законодавства України.....	28
<i>Литвин І. Р.</i> Розмежування хуліганства (ст. 296 ККУ) від дрібного хуліганства (ст. 173 купап): перспективи вирішення проблеми.....	30
<i>Мкртчян А. А.</i> Насильницькі злочини проти власності за кримінальним кодексом України.....	32
<i>Москальчук К. В.</i> Курс завибором «досліджуючи гуманітарне право» як складник базової освіти української молоді.....	34
<i>Острівна К. В.</i> Види юридичної відповідальності за корупційні правопорушення.....	36
<i>Патеричка О. В.</i> Батьківська відпустка в державах-членах ЄС: досвід для України.....	38
<i>Сідоров В. В.</i> Окремі аспекти проблеми правової освіти населення України.....	40
<i>Слотило М. О.</i> Dumb laws та їх місце в правовій системі США.....	42
<i>Шевченко О. В.</i> Андрій Лівіцький – видатний вітчизняний державний та політичний діяч.....	43
<i>Шибанова М.-Т.Я.</i> Проблеми ратифікації Стамбульської конвенції в Україні.....	45

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ. ДЕРЖАВНА СЛУЖБА

<i>Григорович А. В.</i> Формування та реалізація сучасної кадрової політики в публічному управлінні.....	49
<i>Гужва І. М.</i> Боротьба з корупцією в системі державної служби України.....	50
<i>Зайцева З. І.</i> Мотивація праці державних службовців: реалії сьогодення.....	52
<i>Заточня А. В.</i> Сутнісна характеристика управлінських рішень в системі державного управління та їх класифікація.....	54
<i>Іванов В.В.</i> Правове регулювання діяльності центрів надання адміністративних послуг в Україні.....	56
<i>Маліченко Ю. О.</i> Основні риси інституту цивільної служби Великобританії.....	58
<i>Мусієць К. С.</i> Нормативно-правове регулювання відповідальності органів і посадових осіб місцевого самоврядування.....	60
<i>Смаглій Ю. О.</i> Вплив глобалізації на тенденції розвитку політичної системи України.....	62
<i>Терлига В. О.</i> Державна служба управління та нагляду за безпекою у транспортній сфері.....	64

ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

<i>Aliyev A. Entrepreneurship and economics</i>	67
<i>Бабенко В. О. Роль середнього класу в сучасному суспільстві</i>	68
<i>Багаутдінов Д. М. Кредитний ризик як складова банківського ризику</i>	69
<i>Базик І. П. Використання кластерного методу для аналізу ринку криптовалют</i>	70
<i>Bakhtiyar Verdiyev Elshan. Economics and entrepreneurship in Azerbaijan</i>	72
<i>Волинець Н. О. Особливості формування бізнес-плану для стартапу</i>	75
<i>Гулузаде Сабир Бадраддин оглы. Социально-экономическое развитие предприятий в Азербайджане</i>	77
<i>Gurbanova Nuray Huseyn. Factors defining the stability of financial systems</i>	78
<i>Гурин І. І. Особливості реалізації моделі Уілсона управління запасами засобами Microsoft Excel</i>	81
<i>Huseynova Turana Amil. Current problems of financial sustainability of banks</i>	83
<i>Дзюбан Д. М. Розвиток кадрового потенціалу підприємства</i>	86
<i>Євтушенко С. П. Тенденції розвитку світового фондового ринку</i>	88
<i>Журжа А. С. Економічна сутність розрахунків з постачальниками та покупцями</i>	89
<i>Khalilova Cuba Ilgar kizi. External policy in Azerbaijan</i>	91
<i>Колодій А. С. Потенціал підприємства як економічна категорія</i>	92
<i>Комелева Ж. Ю. Роль економічного аналізу в підвищенні ефективності використання трудових ресурсів підприємства</i>	94
<i>Кузьменко Я. В. Історія розвитку теорії економічного ризику</i>	97
<i>Кузьмінський В. В. Дослідження рівня життя у європейському регіоні методом кластеризації</i>	98
<i>Курило О.В. Проблеми підвищення якості професійного життя</i>	100
<i>Лоцман С. В. Застосування стохастичних моделей управління запасами готової продукції</i>	102
<i>Луговський Д. О. Оптимізація кредитного портфеля банку на основі його галузевої диверсифікації</i>	104
<i>Мальцевич О. Л. Стратегічне планування в процесі управління підприємством</i>	106
<i>Matmadli Elchin Gurban. Forms and types of audit control</i>	107
<i>Марченко Ю.Е. Технологія blockchain та перспективи її використання в Україні</i>	110
<i>Ніколайчук Т.О. Концесія як інструмент раціонального користування природними ресурсами у сфері природно-заповідного фонду України</i>	112
<i>Паламарчук О.В. Особливості багатокритеріальних задач визначення оптимального плану транспортних перевезень</i>	114
<i>Підпалок А. О. Кластерний аналіз міграційних процесів України</i>	116
<i>Погрібняк В. В. Основні функції і шляхи збільшення прибутку підприємства</i>	119
<i>Подольська А.Р. Фінансова діяльність підприємства та шляхи підвищення її ефективності</i>	121
<i>Сегеда Т. В. Ефективність управлінських рішень та організаційно-управлінських інновацій</i>	122
<i>Скібіцька А. А. Потенціал підприємства: основні фактори формування та розвитку</i> ..	124
<i>Тимошенко О. А. Сучасні орієнтири міжрегіональних зв'язків України</i>	125
<i>Черкащенко А. В. Методи зниження банківського ризику</i>	128
<i>Чупилка Т. М. Стан торгівельних відносин України з ЄС</i>	129
<i>Шматко А. Ю. Аналіз показників міжнародної торгівлі країн ЄС за допомогою мінімальних остівних дерев</i>	131

ТУРИЗМ І ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

<i>Алиев Рашид Вагиф оглы. Роль и значение туризма в социально-экономическом развитии государства</i>	134
---	-----

<i>Алиева Азиза Исбендияр кызы. Развитие туристического сектора Азербайджана</i>	135
<i>Amirova Samira Sabir. Tourism terminology of azerbaijani language: the history and stages of development.....</i>	139
<i>Ахмедов Замиг Забит оглы. Совершенствование и эффективное использование туристских ресурсов</i>	144
<i>Бойко Н. С. Лебединський миколаївський монастир – важливий екскурсійний об’єкт релігійного туризму на Черкащині.....</i>	146
<i>Hajiyeva E. Impact of information technology on promoting unesco monuments in Azerbaijan.....</i>	148
<i>Геворгян А. А. Світові тенденції використання спелеоресурсів у розвитку туризму..</i>	150
<i>Годжаева Эсмירה Мадат кызы. Эффективность управления инвестиционными процессами туристскими предприятиями.....</i>	152
<i>Горбанець С. Ю. Особливості організації залізничного туризму</i>	155
<i>Грабевник С. М. Особливості ціноутворення у сфері туризму</i>	157
<i>Huseynova T.R. Tourism and hotel and restaurant business</i>	159
<i>Дзюбло К. С. Національний заповідник «Херсонес Таврійський» - важливий туристський ресурс перспективних подорожей до криму.....</i>	161
<i>Журавльова А. В. Аналіз засобів розміщення в Київській області</i>	162
<i>Зелінська М. Р. Національні страви Черкащини.....</i>	163
<i>İsmaylova Narmin Samir. Hotel and restaurant business in tourism.....</i>	165
<i>Кожечкіна К.Ю., Новикова В.І. Специфіка велосипедного туризму, його підвиди</i>	166
<i>Колісник А.Я. Пляжі як основні ресурси купально-пляжного туризму, їх класифікація</i>	169
<i>Міхаленко В. Е. Підприємницька діяльність у сфері гостинності.....</i>	171
<i>Пискун Ю.М. Стан розвитку культурно-пізнавального туризму у Вінницькій області</i>	173
<i>Сабадаш А. Ю. Українська національна кухня, її звичаї та традиції</i>	175
<i>Салтикова В.В., Новикова В.І. Дайвінг: сутність, види, необхідні умови</i>	176
<i>Снісаревська Я. В. Сучасний стан та перспективи розвитку агроготелів в Україні</i>	178
<i>Трачук А.М., Новикова В.І. Гастрономічний туризм: сутність, особливості організації та ресурсної бази</i>	180
<i>Трохименко А.Ф. Катеринопільський район Черкаської області: ресурсно-рекреаційний потенціал</i>	182
<i>Чепіжна Ю.В. Теоретичні основи взаємодії суб’єктів туристичного ринку</i>	185

МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА

<i>Бабіна Н. О. Система економічної безпеки як протидія новітнім загрозам в умовах інтеграційного розвитку України</i>	188
<i>Баліна Я.С. Виробництво продуктів по-новому.....</i>	189
<i>Бараненко О.В., Богуславська С.І. Маркетингові концепції в умовах нестабільності зовнішнього середовища</i>	191
<i>Бауер Ю.С. Проблеми забезпечення банківської безпеки в Україні</i>	192
<i>Белик І.А. Оцінка платіжеспособності підприємства на основі регресійного аналізу.....</i>	194
<i>Беляєв В.В. Управління і зовнішнє середовище організації.....</i>	196
<i>Беляєв В.В. Керівництво, як функція менеджменту</i>	197
<i>Биковець Н. І. Контроль, як одна із основних функцій системи управління персоналом.....</i>	199
<i>Биковець Н. І. Управлінське рішення як технологія керування.....</i>	200
<i>Бієвець А.В. Особливості забезпечення стабільного функціонування готельно-ресторанного бізнесу в Україні</i>	201
<i>Білоус С. П. Наукові підходи до визначення поняття інтелектуальної власності</i>	203
<i>Білоус С.П. Сутність фінансово-економічної безпеки держави.....</i>	204

Герасименко О.М. Шахрайство в українських компаніях: реалії сьогодення та механізми протидії.....	205
Гонтаренко Ю. Д. Ризик-менеджмент на підприємствах.....	208
Делимарская Н.С. Учет требований безопасности на этапе разработки веб-ресурсов.....	210
Delimarschi B. Basic security threats of the electronic voting systems.....	212
Зачосова Н. В. Проблеми кадрового забезпечення фінансово-економічної безпеки на мікро та макрорівні.....	215
Коришук Р. Управління інвестиціями на підприємстві.....	217
Курченко О. Д. Концептуальні основи забезпечення фінансової безпеки держави.....	218
Кусяка М.О. Неформальні аспекти при розробці рішень.....	220
Кусяка М.О. Методи управління в організації.....	221
Куценко Д. М. Категорія економічної безпеки: теоретичне і прикладне значення.....	222
Кучер К. І. Якісні методи прогнозування.....	225
Кучер К. І. Фармацевтичний маркетинг.....	226
Кучерук Я. І. Підбір і оцінка альтернатив в управлінських рішеннях.....	227
Кучерук Я.І. Інформація, її види і роль у менеджменті.....	228
Луговський С. О. Чому бренд важливий?.....	229
Міняйло Д. С. Особливості управління фінансово-економічною безпекою підприємства.....	230
Наврошвілі Г. Р. Зовнішньоекономічна безпека підприємства в трансформаційній економіці України.....	232
Одородько Н.В., Богуславська С.І. Концепція стратегічного управління.....	233
Остапенко С. О. Формування бренду в сучасних умовах товарного ринку.....	235
Павличук Д. В. Бренд: фірмовий стиль та позиціонування на ринку.....	236
Полока О.О. Управління інноваційними процесами в організації.....	238
Пянковский С.П. Информационная поддержка системы принятия решений в чрезвычайных ситуациях.....	239
Пянковский С.П. Классификаторы для системы поддержки принятия решений в чрезвычайных ситуациях.....	241
Романюк М.А. Анализ реализации продукции предприятия на основе многофакторных моделей (на примере ОАО «Коминтерн»).....	243
Рябуха О. О. Економічні ризики як елемент тезаурусу безпекознавства.....	246
Сакович Е. В. Анализ жизненного цикла финансовой пирамиды в блокчейне Ethereum.....	248
Сафонов Д. В. Стільникове виробництво.....	250
Северинчук А.А. Інформаційна безпека підприємства як складова ефективного функціонування.....	252
Северинчук А.А. Поняття та значення стратегічного планування на підприємстві.....	254
Северинчук А.А. Управління часом як складова самоменджменту.....	255
Северинчук А.А. Стратегія економічної безпеки підприємства та проблемні аспекти її розробки та реалізації.....	257
Середа М.А. Робота команди як груповий феномен в організаціях.....	259
Трохименко А. С. Організація маркетингу на підприємстві.....	260
Хижняк І.Ю. Загрози економічній безпеці підприємства та шляхи їх мінімізації.....	261
Чоповенко Л. М. Основні способи впливу користувача на бренд.....	263
Шаповал А.В. Сила бренду, як інструмент в управлінні.....	264
Шевцова Е.С. Эконометрические методы дифференциации переменных и постоянных затрат предприятия (на примере ОАО «Коминтерн»).....	265
Шевченко А.Р. Методи діагностики кризового стану підприємства.....	268
Шевченко А.Р. Сутність самоменджменту та його значення у розвитку персоналу підприємства.....	269
Шевченко А.Р. Бенчмаркінг як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємства.....	271

<i>Шевченко В.В.</i> Контроль рівня економічної безпеки підприємства.....	272
<i>Шевченко Є. Г.</i> Проблеми забезпечення фінансової безпеки України.....	275
<i>Яковенко А. Г.</i> Стрес, його види та способи подолання.....	276
<i>Янчукова С. В.</i> Концепція загального управління якістю та її основні принципи	277

СЕРІЯ
«ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ.
СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ»

УКРАЇНСЬКА ЛІТЕРАТУРА

<i>Бондаренко А. С.</i> Міфологеми природних стихій в українському фольклорі.....	282
<i>Верзун В.</i> Книготерапія і психологічна сутність художньої літератури.....	283
<i>Вільчик М. В.</i> Особливості розвитку сучасної дитячої літератури	285
<i>Зінченко Н. Л.</i> Специфіка психологізму в повісті Наталки Сняданко «Колекція пристрастей»	287
<i>Качур М.</i> «Зорова» поезія як сегмент сучасної української лірики: формальні пошуки й тематичне багатство.....	289
<i>Козловець І. В.</i> Театр як художній феномен в контексті інтегративних тенденцій сучасного мистецтва слова.....	291
<i>Коломієць А. Ю.</i> Гендерні аспекти в літературознавстві.....	292
<i>Марчук С.С.</i> Специфіка художнього відображення жіночої психології у романі «Щоденник страченої» Марії Матіос.....	294
<i>Пацьора Я. В.</i> Мотив «мати-й-мачуха» в українських народних казках.....	296
<i>Петриченко В. В.</i> Проблематика та жанрово-стильові особливості роману «Солодка Даруся» Марії Матіос	298
<i>Самелюк В. О.</i> Літературне краєзнавство як наукова й навчально-методична проблема.....	300
<i>Свитка А. Г.</i> Пафос у художньому творі як літературознавча проблема.....	301
<i>Скорик Ю. І.</i> Наукове трактування історії миколою гоголем.....	302

УКРАЇНСЬКЕ МОВОЗНАВСТВО

<i>Думлер В.К.</i> Мовний фактор, як елемент психологічного впливу на цільові аудиторії.....	306
<i>Зінченко О. А.</i> Структурно-мотиваційні особливості поетонімів сучасних творів для дітей та юнацтва	306
<i>Зозуля І. В.</i> Авторська пунктуація при відокремлених членах речення (на матеріалі романів І. Багряного «Тигролови» і «Огненне коло»).....	308
<i>Зубанченко Ю. В.</i> Фонетичні риси середньонаддніпрянських говірок у прислів'ях і приказках (за збіркою Матвія Номиса).....	310
<i>Кияниця Я. Ю.</i> Мотиваційна характеристика прізвищ Корсунщини	312
<i>Кондратішина. О. І.</i> Фонетичні особливості україномовних жителів м. Кривий Ріг... ..	313
<i>Перевал А. П.</i> Графічне оформлення іншомовних вкраплень (на матеріалі роману «Крила кольору хмар» Дари Корній і Тали Владмирової).....	316
<i>Піддубний В. С.</i> Псевдомотивація розмовних назв автомобілів	317
<i>Таран І. А.</i> Тенденції засвоєння нових запозичень (на матеріалі української і польської мов).....	319
<i>Тищенко О. Р.</i> Семантика і структура українських народних прикмет.....	321
<i>Шпак А. В.</i> Структурно-семантичні особливості темпоральних детермінантів (на матеріалі роману «Покров» Люко Дашвар).....	323

ЖУРНАЛІСТИКА

<i>Авер'янова К. О.</i> Медійна популяризація національного художнього бренда.....	326
<i>Вертипорох К. С.</i> Засоби популяризації здорового способу життя на українському телебаченні.....	328
<i>Вовк В. О.</i> Мультимедійні публікації комерційного спрямування.....	330
<i>Долошицька Т. А.</i> Різновиди рекламних слоганів за функційною спрямованістю.....	332
<i>Іванова І. А.</i> Тематичні особливості мультимедійного сторителінгу.....	334
<i>Кузнєцова Н. О.</i> Різновиди інформаційних жанрів в онлайн-медіа.....	335
<i>Купрій В. Я.</i> Імерсивна журналістика в медіаполі.....	338
<i>Небилиця С. І.</i> Засоби візуалізації інформації в онлайн-виданнях.....	340
<i>Недбайло Т. Г.</i> Особливості висвітлення медичної тематики в новинах загальнонаціональних телеканалів.....	342
<i>Половинка Г. Р.</i> Стандарти подання інформації про атовців у новинах телевізійників.....	344
<i>Роженкова Д. В.</i> Використання маніпулятивних прийомів у рекламі регіональних інтернет-ЗМІ.....	346
<i>Тютенко О. А.</i> Структуранти заголовкового комплексу в регіональних інтернет-ЗМІ.....	348
<i>Фесенко О. Ю.</i> Специфіка створення рекламного ролика про навчальний підрозділ університету.....	350
<i>Шевченко Д. А.</i> Проблематика науково-популярних програм телеканалу «Мега».....	352

ВИДАВНИЧА СПРАВА ТА РЕДАГУВАННЯ

<i>Білокінь А. С.</i> Емблема як елемент ідентифікації вищих навчальних закладів.....	356
<i>Бондар К.</i> Спільні та відмінні риси блогосфери та журналістики.....	358
<i>Єгорова М.</i> Функціонування буктрейлерів на українському книговидавничому ринку.....	360
<i>Іванченко С.</i> Сучасні підходи до радіомовлення (на прикладі «Radio Rocks»).....	362
<i>Карпінська Ю. В.</i> Гендерні стереотипи та їх відображення на сторінках журналів для жінок.....	364
<i>Каспровіч М. В.</i> Прийоми мовної гри в рекламних текстах українського ринку.....	366
<i>Нянько В.</i> Вимоги до поведінки ведучого в кадрі.....	368
<i>Сідельнікова Ю. О.</i> Книготорговельна мережа «Є» в системі книготорговельного ринку України.....	370
<i>Тиха А. Т.</i> Особливості знімання відео для соціальної мережі Instagram.....	372

АНГЛІЙСЬКА ФІЛОЛОГІЯ ТА МЕТОДИКА НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

<i>Бережна Т. Ю.</i> Образ простору художнього тексту.....	376
<i>Босик С. В.</i> Лінгвокультурологія як філософія мови і культури.....	377
<i>Васильченко А. В.</i> Емоційно-сміслова домінанта творів Г. Ф. Лавкрафта (за матеріалом творів “Nyarlathotep”, “Azathoth”).....	379
<i>Говорко О.</i> Особливості формування іншомовної граматичної компетенції у студентів-філологів.....	381
<i>Грам М. В.</i> Лінгвокогнітивний підхід до аналізу похідних англійських іменників із суфіксом <i>-ry (-ery)</i>	383
<i>Ключка А. А.</i> Міміка як невербальний засіб вираження емоцій (на матеріалі художнього англомовного тексту).....	385
<i>Козак А. Р.</i> Формування англомовної читацької компетенції у майбутніх викладачів англійської мови.....	386
<i>Коренєва Ю. С.</i> Лінгвокогнітивний підхід до аналізу похідних англійських іменників із суфіксом <i>-ment</i>	388

<i>Костенко М. О.</i> Поняття політичного медіа дискурсу у сучасній лінгвістиці.....	390
<i>Матвієць В. Ю.</i> Теорія можливих світів: літературний аспект	392
<i>Осіпчук А. С.</i> Немовні засоби вираження емоції страх (на матеріалі художнього англійського тексту).....	393
<i>Романюк Т. С.</i> Словник-тезаурус англійської термінології маркетингу: поняття конкуренція	395
<i>Тютюнник А. С.</i> Архетипний аналіз тексту	396

НІМЕЦЬКА ФІЛОЛОГІЯ ТА МЕТОДИКА НАВЧАННЯ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

<i>Барнякова В. М.</i> Семантичні особливості німецьких ойконімів.....	399
<i>Білоус А. О.</i> Рекламний дискурс як складова частина мовної картини світу людини (на матеріалах німецькомовної реклами).....	401
<i>Бондаренко А. В.</i> Молодіжний сленг у німецькомовному діалогічному дискурсі.....	402
<i>Берліменко А. В.</i> Проблеми інкультурації та акультурації.....	404
<i>Вишивана В. В.</i> Засоби вираження емотивності, емоційності в німецькій мові.....	405
<i>Гончар М. А.</i> Фразеологізми з компонентом «blau» у сучасній німецькій мові.....	407
<i>Hontschar M. A.</i> Denglisch und moderne deutsche sprache	407
<i>Гребенюк І. В.</i> Оказіоналізми в сучасній німецькій мові	409
<i>Гуреля А. О.</i> Зіставний аналіз назв флоронімів у німецькій та українській мовах.....	410
<i>Кириченко А. В.</i> Негативно маркована оцінка в структурі фразеологічних одиниць сучасної німецької мови	412
<i>Kodola M. W.</i> Herkunft von Plattdeutsch	413
<i>Кодола М. В.</i> Комп'ютерні лінгвістичні ігри як новітній засіб вивчення іноземної мови	414
<i>Коломієць А. В.</i> Особливості побудови німецької номенклатури ссавців.....	416
<i>Кузьменко В. О.</i> Характеристика первинних та вторинних вигуків в сучасній німецькій мові.....	417
<i>Мархоцька А. О.</i> Неологізми німецької мови на позначення моди та стилю (на матеріалі глянцевих журналів)	419
<i>Марчук Н. О.</i> Особливості фразеологізмів з компонентом-зоонімом	420
<i>Martschuk N. O., Murachovska O. M.</i> Polysemie der autosemantika im bayerischen (im material des bayerischen)	422
<i>Моргун І. Р.</i> Семантичні особливості висловлювань похвали	423
<i>Нестеренко Н. В.</i> Лексичні ігри на уроках німецької мови.....	425
<i>Нестеренко Н. В.</i> Сфери вживання фразеологізмів у сучасній німецькій мові.....	426
<i>Новікова Р. Р.</i> Вивчення іноземних мов у початковій школі: вимога чи необхідність?.....	427
<i>Obidenko A. W.</i> Anglizismen in der deutschen sprache aus linguistischer sicht	428
<i>Obidenko A. W.</i> Artikelaufbau des plattdeutschen	430
<i>Обіденко А. В.</i> Проблема концепту в сучасній лінгвістиці	431
<i>Попова К. В.</i> Лексичні засоби вираження емоцій і почуттів у сучасному німецькому молодіжному мовленні	432
<i>Рижова О. В.</i> Англіцизми в німецькій пресі	435
<i>Саліх М. А.</i> Комунікативний вплив на комунікантів (на прикладі виступу Ангели Меркель у Бундестазі)	436
<i>Сивогорла А. Ю.</i> Евфемізми німецької мови – історія питання і перспективи досліджень.....	439
<i>Schischkowska D.</i> Einige besonderheiten im vokalischen bereich des berliner dialektes	440
<i>Шмалюк А. Ю.</i> Жаргонізми в сучасній німецькій мові.....	441

ЗАГАЛЬНЕ ТА РОСІЙСЬКЕ МОВОЗНАВСТВО. МЕТОДИКА НАВЧАННЯ РОСІЙСЬКОЇ МОВИ

<i>Берліменко А. В.</i> Політичний дискурс: проблеми реалізації політики поміж текстом і контекстом.....	444
<i>Берліменко А. В.</i> Проблема мовної норми і варіативності	445
<i>Бойко С. М.</i> Особливості організації інтернет-дискурсу	446
<i>Бойко Е. В.</i> Види творческих диктантов.....	448
<i>Гилюн О. В.</i> Актант "зброя" у складі фрейму "війна" (на матеріалі українських та російських паремій)	449
<i>Коломацкая Ю.С.</i> Проблема речевого етикета в сучасній школі	451
<i>Макодзей Ю. Г.</i> Концепт "человек" в романе Андрея Белого "Петербург"	453
<i>Муравьева Д. М.</i> Феномен толерантности в языковой культуре: терминологические основы исследования	455
<i>Мураховська О. М.</i> Проблема метафори в лінгвістиці	458
<i>Найденова А. С.</i> Концепт тюрма в рассказах Стивена Кинга	459
<i>Новоселецкая И. Н.</i> Особенности и проблемы использования занимательного материала на уроках языка	461
<i>Рокуль А. О.</i> Концептосфера как способ структурирования человеческих знаний	463
<i>Ткаченко Е. В.</i> Использование информационно-коммуникационных технологий на занятиях по языку	465
<i>Шишковська Д. В.</i> Мовленнєва маніпуляція як предмет сучасних мовознавчих досліджень.....	467

ПЕРЕКЛАД

<i>Богдан Р. В.</i> Метонімічні трансформації в українському перекладі роману Джона Фаулза «Колекціонер»	470
<i>Вербовський А. І.</i> Синсемантичний образ та його переклад	471
<i>Волкова О. В.</i> Специфіка наукової термінології науково-фантастичного серіалу «The Big Bang Theory»	474
<i>Демченко А. І.</i> Конотативні трансформації в українському перекладі роману «The Chronicles of Narnia: the Lion, the Witch and the Wardrobe» К. С. Льюїса	475
<i>Джулай М. С.</i> Відтворення рими в українських перекладах	477
<i>Доленко Н. Г.</i> Паремії з концептом «праця» в німецькій та українській мовах: перекладацький аспект	480
<i>Доленко Н. Г.</i> Оцінно-емотивні трансформації в українському перекладі роману Доді Сміт «The Hundred and One Dalmatians»	481
<i>Ількевич А. В.</i> Детектив Е. По та його переклад	482
<i>Коваленко О. С.</i> Конотативні трансформації в перекладі роману Дена Брауна «Цифрова фортеця»	484
<i>Краснопєєва А. О.</i> Сценарно-ситуативний метод у навчанні усного перекладу.....	486
<i>Курдус О. О.</i> Мегатекстові трансформації в українському перекладі романа Салмана Рушді «Опівнічні діти» («Midnight's Children»)	488
<i>Лихенко Н. М.</i> Італійські реалії мафіозного світу америки у перекладі роману Маріо П'юзо «The Godfather»	490
<i>Луценко І.В.</i> Демінутивні в українському перекладі роману С. Коллінз «Hunger Games».....	492
<i>Назаренко І. О.</i> Граматичні трансформації в українському перекладі роману Б. Пруса «Lalka».....	494
<i>Палій В. О.</i> Міжмовні синоніми в оригіналі та перекладі роману М. Булгакова «Майстер і Маргарита».....	496

<i>Плита Є. А.</i> Особливості відтворення власних імен в українському перекладі казки Р. Дала «Чарлі та шоколадна фабрика».....	498
<i>Позіхайло А. А.</i> Образні засоби поезії Е. Дікінсон у поетичному перекладі	500
<i>Радушинський Б. І.</i> Образні засоби роману А. Мердок «Чорний принц» та їх переклад.....	502
<i>Рева А. Ю.</i> Проблема збереження індивідуального стилю автора (на матеріалі перекладу твору Роальда Даля «Матильда»).....	504
<i>Сорока А. О.</i> Відтворення індивідуально-авторського стилю Ч. Діккенса	505
<i>Спіркін Е. К.</i> Метафоричні трансформації в українському перекладі роману Марка Твена «Пригоди Тома Соєра»	508
<i>Струнін Д. С.</i> Переклад як інструментарій інформаційного впливу.....	509
<i>Холоденко В. Г.</i> Особливості перекладу англійських неологізмів.....	510
<i>Цимбал К. О.</i> Проблема еквівалентності та адекватності перекладу на матеріалі британського телесеріалу «Sherlock» та його перекладу українською мовою.....	512
<i>Черновол Д. О.</i> Формальні та формально-змістові трансформації в українському перекладі роману С. Кінга «Doctor Sleep»	514
<i>Шаповал А. В.</i> Переклад заперечень роману Дж. Фаулза «Колекціонер».....	516
<i>Юннікова Н. Є.</i> Переклад колоронімів роману О. Уайльда «Портрет Доріана Грея» ..	518
<i>Юхно А. В.</i> Передача ідіостилу автора оригіналу в перекладі (на матеріалі повісті І. Тургенєва «Перше кохання»).....	520

ЗАРУБІЖНА ЛІТЕРАТУРА

<i>Артюшенко К. С.</i> Тема краси та потворності у романі В. Гюго «Собор Паризької Богоматері»	523
<i>Бабак К. С.</i> Образ Джоконди як ключ до розкриття головної ідеї оповідання Р. Бредбері «Усмішка»	524
<i>Басюк М. К.</i> Рецепція поезії Р. Бернса «My heart`s in the highlands» м. Лукашем (компаративний аналіз).....	526
<i>Барнякова В. М.</i> Образ Дон Жуана в комедії м. Фріша «Дон Жуан, або любов до геометрії»	527
<i>Богданов І. В.</i> Тема смерті в романі Ч. Паланіка «Бійцівський клуб».....	529
<i>Горбенко Я. І.</i> Міф та міфологія в постмодерністській традиції	531
<i>Єжель О.Ю.</i> Конфлікт у романі Дугласа Коупленда «Нормальних сімей не буває» ...	533
<i>Кодола М.</i> Літературна казка як художній феномен	534
<i>Коломієць І.</i> Тема мистецтва у творчості Е. Т. А. Гофмана та В. Ф. Одоєвського	535
<i>Кузьменко Я. С.</i> Специфіка жанра повісти в літературі XVII – XVIII века	537
<i>Нестеренко Н.</i> Популяризація спадщини Шекспіра у сучасному кіберпросторі.....	539
<i>Обіденко А. В.</i> Текст та його інтерпретація у творчому доробку Умберто Еко	540
<i>Побиванець Я. В.</i> Особливості зображення персонажів у романі «Не турбувати» Мюріел Спарк	542
<i>Пономаренко Я.В.</i> Художественные формы иронии в творчестве Н. В. Гоголя.....	544
<i>Присяжний В.І.</i> Образ Гамлета в літературі XX століття	546
<i>Репетій К. Г.</i> Особливості жанру фентезі	547
<i>Савченко А.С.</i> Специфіка емігрантського роману у канадській літературі.....	548
<i>Середенко Т. В.</i> Готические мотивы в повести Н. Карамзина «Остров Борнгольм»	550
<i>Ткаченко Т. В.</i> Романтичний світ творів Е.Т.А.Гофмана.....	552
<i>Труба А.</i> Історична пам'ять як реалізація національної ідентичності у художній літературі.....	554



СЕРІЯ

**«ЮРИДИЧНІ НАУКИ.
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ.
ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ І
СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНІ НАУКИ.
ЕКОНОМІКА,
ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТУРИЗМ,
МЕНЕДЖМЕНТ»**

**ПРАВознавство.
ПОЛІТОЛОГІЯ**

КОРУПЦІЯ: ПОНЯТТЯ ТА ВИДИ

Актуальність теми дослідження обумовлено тим, що на сьогоднішній день корупція є однією з реальних та потенційних загроз національній безпеці України, стабільному розвитку суспільства, забезпечення, реалізації та захисту прав і свобод громадян. Підтвердженням цього є Індекс сприйняття корупції, за даними якого у 2018 році Україна здобула 32 бали зі 100 можливих та посіла 120 позицію серед 180 країн світу [1]. Лише за оцінками Світового банку щорічні збитки від корупції у світі становлять \$ 1 трлн, що є великим економічним тягарем [2]. Протягом останніх років, науковці відмічають, що сучасна державна влада почала здійснювати активні кроки на шляху протидії корупції в Україні, хоча в цілому державна антикорупційна політика досі не набула ознак комплексності й системності [3, с. 3].

Проблемам визначення корупції, її сутності, видів присвячені праці багатьох вчених, серед яких В. М. Трепак, Ю. В. Баскаков, Г. О. Усатий, М. І. Хавронюк та інші. Проте зазначене питання не вичерпало себе з огляду на потребу дослідження сучасного стану та змісту корупції. Тому метою тез є розгляд законодавчого закріплення поняття корупції, а також визначення її видів.

Поняття корупції закріплено у ч. 1 ст. 1 Закону України «Про запобігання корупції», де визначається, що корупція – це використання особою, зазначеною у частині першій статті 3 цього Закону, наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей з метою одержання неправомірної вигоди або прийняття такої вигоди чи прийняття обіцянки/пропозиції такої вигоди для себе чи інших осіб або відповідно обіцянка/пропозиція чи надання неправомірної вигоди особі, зазначеній у частині першій статті 3 цього Закону, або на її вимогу іншим фізичним чи юридичним особам з метою схилити цю особу до протиправного використання наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей [4].

Науковці виділяють чимало критеріїв для класифікації видів корупції. Так, М. І. Хавронюк зазначає, що поділ корупції можливий за: сферою прояву корупції; масштабом і системністю; суб'єктами; характером неправомірної вигоди; ступенем суспільної небезпеки, тощо.

Відповідно до поданої класифікації за сферами прояву можна визначити: 1) політичну корупцію (зокрема у представницьких органах влади); 2) корупцію у сфері публічної служби (зокрема у діяльності органів виконавчої влади, насамперед у їх діяльності з надання публічних послуг); 3) корупцію у судовій системі та органах кримінальної юстиції; 4) корупцію в економіці; 5) корупцію у соціальній сфері; 6) корупцію у приватному секторі; 7) корупцію у спорті.

За критерієм масштабу і системності корупція буває епізодичною, систематичною та глобальною.

За критерієм суб'єктів, якими є особи, зазначені у ст. 3 Закону «Про запобігання корупції», можна виділити: 1) корупцію за участю осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування; 2) корупцію за участю осіб, які прирівнюються до осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування; 3) корупцію за участю осіб, які постійно або тимчасово обіймають посади, пов'язані з виконанням організаційно-розпорядчих чи адміністративно-господарських обов'язків, або спеціально уповноважені на виконання таких обов'язків у юридичних особах приватного права; 4) корупцію за участю інших осіб, які не є службовими особами та виконують роботу чи надають послуги відповідно до договору з підприємством, установою, організацією.

За критерієм характеру неправомірної вигоди корупція може бути майнова (коли її предметом, метою чи засобом є майно, право на майно або послуги чи інші дії майнового

характеру) і немайна (коли її предмет, мета чи засоби – це немайнові пільги, переваги, вигоди нематеріального чи негрошового характеру) [5].

Підсумовуючи зазначимо, що корупція є негативним явищем для будь-якої держави, що спричинює гальмування розвитку економіки, недосконалість системи державного управління, низький рівень довіри громадян до органів державної влади, але, сподіваємось, що класифікація корупції за видами допоможе науковцям віднайти ефективні шляхи подолання цього явища як в Україні, так і у світі.

Список використаної літератури:

1. TRANSPARENCY INTERNATIONAL UKRAINE. URL: <https://ti-ukraine.org/research/indeks-spryjnyattyakoruptsiyi-2018/> (дата звернення: 09. 03. 2019)

2. The Costs of Corruption. URL: <http://web.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/NEWS/0,,contentMDK:20190187~pagePK:64257043~piPK:437376~theSitePK:4607,00.html> (дата звернення : 09. 03. 2019)

3. Гаврилюк В. М., Качанова П. В., Усатий Г. О. Відповідальність за корупційні діяння, правові засади відшкодування збитків, завданих внаслідок їх вчинення: навч.-метод. матеріали. Київ: НАДУ, 2013. 108 с.

4. Про запобігання корупції: Закон України від 14. 10. 2014 № 1700-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18> (дата звернення: 09. 03. 2019).

5. Хавронюк М. І. Запобігання корупції: методичні рекомендації для місцевих активістів. Київ, 2017. 243 с.

Науковий керівник: к.ю.н., ст.викладач Парамонова О. С.

М. Бахчагулян

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РОЛЬ СЕРЕДНЬОВІЧНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ У РЕЦЕПЦІЇ РИМСЬКОГО ПРАВА

Романо-германська правова сім'я є однією з найбільш відомих та поширених правових систем у світі. Її становлення відбувалося впродовж тривалого періоду часу і відчуло на собі вплив багатьох факторів, вирішальним з яких було римське право. Воно було і залишається настільки досконалим і розвинутим, що й досі вважається еталонним та викладається студентам юридичних факультетів усього світу, тим самим підтверджуючи свою основоположність, класичність та актуальність.

Процес запозичення римського права (рецепції) не був одномоментним явищем, а полягав в його поступовому укоріненні у суспільній свідомості та практичній діяльності. Неабияку роль у цьому процесі відіграли середньовічні університети (насамперед, Північної Італії), дослідженню діяльності яких і присвячена наша стаття. Варто відзначити, що роль університетів у рецепції римського права була предметом вивчення багатьох науковців, зокрема М. Кобилецького, Ю.Задорожного, О. Іваній та ін.

Традиційно вважається, що нове життя римського права в Західній Європі починається у XI – XII ст. Цьому сприяло пожвавлення економічного життя, зростання рівня соціальних та духовних потреб суспільства, яке гостро відчувало необхідність у правовому порядку та стабільності, а тому й було зацікавлено у поширенні юридичної освіти.

Першим центром ґрунтовного вивчення римського права став Болонський університет, заснований наприкінці XI ст. У цей же проміжок часу (близько 1080 р.) відбулася ще знаменна подія – біля італійського м. Піза було знайдено рукописи Дигестів (або Пандектів) – складової частини Зводу Юстиніана. Із Пізи вони потрапили до Болоньї, де стали предметом ретельного студіювання [1, 22].

На момент створення у Болонському університеті працювало два факультети – факультет канонічного (церковного) права та факультет римського права та. Перший очолював бенедиктенський ченець Гаціан, другий – один із найбільших середньовічних знавців римського права Ірнерій. Саме його школа відіграла вирішальну роль у рецепції римського права [2, 56].

У процесі засвоєння, переробки та удосконалення римських правових текстів виокремлюють три етапи, кожний з яких доповнював попередній.

Першим етапом була поява школи глосаторів при Болонському університеті. Свою назву вони отримали через свій метод обробки римських правових першоджерел – глосам (з давньогр. γλῶσσα – «мова»; з лат. glossa – слово, що потребує пояснення) – це коментарі або ж пояснення незрозумілих, діалектичних, часто іншомовних слів та виразів. Як правило глоси додавалися до текстів стародавніх і середньовічних рукописів і розміщувалися на їх полях (маргінальні глоси) або в тілі самих документів між стрічками (інтерлінеарна глоса). Глоси в правовому розумінні представляли собою примітки до правового тексту. Вони були засобами критичного аналізу і тлумачення різних фрагментів Зводу [3, 24].

Глосатори вважали, що Корпус Юстиніана є єдиним цілим, де не може бути протиріч. Це, певна річ, знижувало цінність висновків, отриманих таким шляхом. Тому деякі глосатори використовували синтетичний метод, систематизуючи певні частини того чи іншого джерела за різними ознаками. Результатами таких досліджень були *summae*, тобто загальні попередні зауваження, огляди тієї чи іншої частини Корпусу, або *brocardo* — збірки окремих догматичних положень, особливо сумнівних та складних, виведених з джерел, що супроводжувалися доказами та поясненнями. З'являються також *tractatus* монографічного характеру та *quaestiones*, тобто збірки рішень казусів, що розглядалися на практичних заняттях у школах.

Першим глосатором був Ірнерій, також відомими були Булгара, Вакарія, Босіано Дісовані, Плацентіна (засновник синтетичної течії у школі глосаторів), Роджеріо, Донарі Одофреда, Азо.

Підсумок робіт представників школи глосаторів зробив Аккурсій, котрий, начебто підводячи ризику, видав вибрані глоси на законодавство Юстиніана — «*Glossa ordinaria*» («Зібрання глосів»). Ця збірка, створена близько 1250 року, до якої увійшло приблизно 96 тисяч глосів, була популярною не лише у теоретиків, а й у практиків. У судах вона застосовувалась чи не нарівні з законом [4, 145].

Як зазначає Е. Аннерс, ані до, ані після глосаторів юридичні тексти не були предметом такого глибокого наукового, суто філологічного аналізу; жодне інше дослідження не було такою мірою досконалим щодо точного місцезнаходження кожного правового джерела в кожному конкретному юридичному тексті. Деякі з праць глосаторів і до сьогодні залишаються за своїм рівнем кращими, ніж самі Дигести.

Оскільки цей напрям дослідження римського права фактично вичерпав себе, на зміну йому прийшли постглосатори (коментатори, консилиатори (з лат. *consilium* – порада). Це стало другим етапом вивчення римського цивільного права. Предметом їхніх досліджень та коментування були вже не першоджерела, а глоси попередників, саме тому праці постглосаторів часто називають вторинними.

Новий етап також пов'язаний з новою тенденцією – модернізацією пандектного права. Найвідомішими постглосаторами були Бартол де Сасоферрато, де Пістойя, де Убалдіс. Вони коментували текст римських законів, а також глоси, враховуючи при цьому місцеві правові джерела.

Саме постглосатори першими вивели основоположні концепції з тексту кодифікації Юстиніана: створили теорію договірного права з конкретних типів римських договорів, визначили право власності за приватним правом й систематизували текст Дигестів на основі більш широких принципів і понять (одним з найвизначальніших нововведень постглосаторів було введення поняття «юридична особа»). Це дозволяло пристосовувати римське право до потреб тогочасного життя.

Третій етап припав на початок епохи Ренесансу, появу гуманістів, які різко критикували попередників за схоластичний підхід. Критика тексту, а не піднесення його до абсолютності, історичне його тлумачення і систематизація склали нові прийоми вивчення права, що дістали назву французького методу, який протиставлявся старому італійському, схоластичному. Французький метод не тільки сприяв більш досконалому розумінню римського права, але й відкривав перспективу для самостійного право творення, тобто

створення національного права на основі римського. У цей період важливу роль почали відігравати Паризький та Сорбонський університети [5, 14].

У підсумку відзначимо, що роль університетів у рецепції римського права є дуже вагомою. Протягом трьохсот років, з 1050 по 1350 рік, уся Європа становила єдиний культурний організм. Болонський університет блискуче виконав завдання, яке стояло перед ним – донести римське право до численної когорти студентів, які сходилися сюди з усіх країн Європи.

Випускники університету мали ґрунтовні знання з римського права, володіли технікою юридичного мислення та аналізу, що робило їх неперевершеними тогочасними знавцями римського права. Отже, історична заслуга університету полягає не лише у відродженні римського права, але й у його популяризації через своїх випускників. Вони поверталися до рідних країн, де працювали судьями, юристами, правовими радниками, адміністративними службовцями, використовуючи єдиний метод і єдину термінологію. Саме це і стало рецепцією римського права, поширенням його по всій середньовічній Європі, де воно зливалося з місцевим правом, створюючи низку унікальних національних систем прав, які згодом об'єдналися у єдину романо-германську правову сім'ю.

Список використаної літератури:

- 1.Задорожній Ю. Роль римського права у процесі становлення та формування юридичної освіти в країнах Західної Європи / Ю. Задорожній // Повітряне і космічне право: Юридичний вісник. – 2007. – № 1. – С. 21–26.
- 2.Кобилецький М. Римське право та утворення європейських університетів / М. Кобилецький // Вісник Львівського університету. Серія юридична. – 2017. – Випуск 64. – С. 55–63.
- 3.Іваній О. Історичні засади відродження та популяризації римського права середньовічними університетами / О.Іваній // Освітлогія. – 2016. – №5. – С. 23–27.
- 4.Підпригора О. Римське право / О. Підпригора, С. Харитонов.: Навчальний посібник. – К.: Юрінком Інтер, 2003. – 512 с.
- 5.Вовк В. Римське право і сучасне європейське право / В. Вовк // Порівняльно-правові дослідження. – 2009. – №2. – С. 14–19.

Науковий керівник: к.і.н., доцент Коваль Т.В.

П. М. Белінська

Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка

ОСОБЛИВОСТІ НОРМАТИВІСТСЬКОГО ПІДХОДУ ДО РОЗУМІННЯ ПРАВА

Теорією та філософією права вироблено різні підходи до розуміння права, одним з яких є позитивістський/ нормативістський. Його пов'язують з традицією, успадкованою від радянської правової доктрини. У класичному варіанті він позначається превалюванням принципу «соціалістичної законності й дисципліни», формуванням «державницького» типу розуміння права, за якого право – це веління держави, адресовані громадянам, загалом, наявність права, його забезпечуваність пов'язується лише з державою.

Крайньою формою прояву юридичного позитивізму вважається легізм, що ґрунтується на розумінні права як примусового веління держави, об'єктивованого у прескрептивних текстах. Як вважають фахівці, саме цей підхід, поки що, переважає у вітчизняній юридичній науці. Згідно з ним:

- право фактично ототожнюється із законом, отже, право як закон можна прийняти, проаналізувати, порівняти, реалізувати, інтерпретувати;

- право, точніше – нормативно-правовий акт, є явищем об'єктивним, що, однак, залежить від суб'єктивної волі органів публічної влади, оскільки, виникає/ утворюється в результаті їх цілеспрямованої діяльності.

До основних рис правового позитивізму С. Максимов відносить такі, як:

- ототожнення права і позитивного права, чи правопорядку як системи встановлених норм та історично сформованих інститутів;

- його об'єктом є лише феномени позитивного права, а надпозитивне право не визнається правовим феноменом і залишається поза увагою;

- абсолютизація державного суверенітету, ототожнення права з наказами держави/суверена;

- прагнення дати ціннісно-нейтральне поняття права [3, с. 26-27].

Суттєвою ознакою позитивізму є також ототожнення права з результатом діяльності органів публічної влади. Разом із запереченням зв'язку між правом і мораллю та відкиданням перспектив справедливості, у кінцевому результаті, саме це призводить до абсолютизації держави та утвердження її домінуючої ролі щодо права. З позицій позитивізму, саме держава – творець і єдиний гарант права, яке є мінливим, залежно від змін політичної ситуації. Таку позицію позначають як правовий релятивізм. Разом із нейтральністю щодо цінностей, саме це й приводить правовий позитивізм до «логіцизму», коли право зводиться до суто логічного й лінгвістичного змісту норм, а світ права – до світу формалізованої раціональності, байдужого до суб'єкта права [3, с. 28].

Отже, для нормативістського розуміння права характерні гіперболізація можливостей публічної влади в ефективному врегулюванні суспільних відносин, надмірна формалізація права, неврахування необхідності схвалення чи хоча б сприйняття прескриптивних текстів народом [3, с. 26].

Наразі негативною, навіть неприйнятною, властивістю цього підходу є те, що ключовий суб'єкт права – людина, фактично відсторонюється від права, його розуміння. Не можна не погодитися з тим, що ця обставина ставить під сумнів розуміння права як основного регулятора суспільних відносин, оскільки, нерозуміння права людьми унеможливорює ефективну реалізацію його приписів. За такого підходу, вважає А. Кучук, не може бути реалізоване положення, відповідно до якого, саме людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека є найвищими цінностями [1, с. 17, 19].

Загалом, позитивістське розуміння права має низку суттєвих недоліків/прогалин, а саме:

- зведення складного феномену права виключно до права позитивного, один раз і назавжди встановленого, фактично, суто до закону;

- неузгодженість правових норм із справедливістю, як правило;

- заперечення моральних основ права, зведення його нормативної сили суто до волі законодавця, що забезпечується державним примусом, ґрунтується на страху перед санкцією, а не на повазі до закону як такого;

- ототожнення права з наказами держави. Окремі приклади відповідної суспільної практики (гітлерівський фашизм, сталінський тоталітаризм тощо) засвідчили, що така практика є небезпечною

- можливість перетворення права на антигуманну силу, якщо воно не сприяє суспільному консенсусу і, якщо його охоронний характер не зумовлений завданнями розвитку суспільства. Не розкриваючи зміст права, юридичний позитивізм перестає відігравати практичну роль у підтримці миру і порядку, на що він претендує в першу чергу [3, с. 29-30].

Таке розуміння права акцентує на його структурні й функціональні характеристики, проте, це зовсім не означає, що позитивне право повністю позбавлене моральних, духовних, культурних засад. Визначальними теоретико-правовими засадами формування й розвитку сучасного позитивного права є такі фундаментальні морально-правові категорії, як: свобода, справедливість, рівність, гуманізм тощо, вказує Р. Луцький [2, с. 29].

У даному контексті можна вказати на переваги цього типу розуміння права. С. Максимов, наприклад, як переваги розглядає такі його властивості:

- прагнення до чіткості, визначеності положень, орієнтація на юридичну практику, що робить його привабливим для юристів;

- наполягання на тому, що правовий порядок та його встановлення – необхідна умова гуманізації людського співіснування;

- орієнтування громадян на законослухняну поведінку, формування установки на довіру до існуючого правопорядку і, у такий спосіб, сприяння стабільному розвитку суспільства;

- охоронний характер, що зумовлено завданнями розвитку суспільства.

Разом з тим, згаданий вчений наголошує, що основою умовою, за якої перелічені переваги можуть виявитися, є досягнення суспільством певного етапу свого розвитку, передусім суспільного консенсусу. Якщо такий відсутній, щоб позитивне право не перетворювалося на антигуманну силу, воно має бути обґрунтованим і критично оціненим [3, с. 29-30].

Загалом метою сучасного позитивного права, за Р. Луцьким, є встановлення таких ефективних меж свободи, що найповніше забезпечували б принципи демократичного розвитку держави, визначення принципів та орієнтирів прогресивного розвитку демократії і громадянського суспільства, заснованого на ринковій економіці. Вчений пояснює це тим, що цивілізований ринок, цивілізована демократія регламентується законодавством, залишаючи достатньо широкий простір для самостійних дій суб'єктів. Без позитивних правових форм та засобів в державно організованому суспільстві неможливо юридично визнати, закріпити й захистити свободи, а саме свобода, унормована позитивним правом, знаходить свій безпосередній прояв у стані законності та правопорядку суспільства.

Отже, підсумовує Р. Луцький, позитивне право формально визначає рівну міру свободи для кожного. З метою її забезпечення право формалізує і типізує соціальні відносини, зрівнює їх учасників, абстрагуючись при цьому від їх індивідуальних особливостей. Саме цей формальний та абстрактний аспект соціального буття регулюється за допомогою права, підтримується та забезпечується у визначеному впорядкованому стані публічно-владним примусом, що забезпечує індивідуальну свободу кожного, у тому числі моральну та релігійну [2, с. 35].

Таким чином, за умови усунення перелічених вище недоліків нормативістського праворозуміння та його гармонійної інтеграції з природно-правовою концепцією, позитивне право може виконувати роль ефективного регулятора суспільних відносин.

Список використаної літератури:

1. Кучук А. М. Феномен правового поліцентризму: загально-теоретичний і методологічний аспекти : автореф. дис. докт. юрид. наук : 12.00.01. Івано-Франківськ, 2017. 38 с.
2. Луцький Р. П. Теоретико-правові засади формування та розвитку сучасного позитивного права: дис. ...доктора юрид. наук: спец. 12.00.12. Київ, 2017. 490 с.
3. Максимов С. І. Основні типи праворозуміння: правовий позитивізм і природно-правове мислення // Філософія права : підручник / за ред. О. Г. Данильяна. Харків: Право, 2009. 208 с.

Науковий керівник: доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри державно-правових дисциплін та адміністративного права Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка Рябовол Л. Т.

Д. Ю. Войцехівська

*Центр підготовки магістрів публічної служби і професійних суддів
Національного університету «Одеська юридична академія»*

ПОЛІЕТНІЧНІСТЬ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА ЯК ОСНОВА ДЕРЖАВНОЇ ЕТНОНАЦІОНАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

На сучасному етапі розвитку етнополітології актуальним в Україні є створення дієвої етнонаціональної політики це обумовлена проживанням на території України близько 130 етносів. В Основному Законі держава визначила гарантії мирного співіснування та розвитку громадян України всіх національностей шляхом сприяння об'єднання української нації, її історичних традицій і культури, розвитку етнічної, мовної та релігійної своєрідності всіх корінних народів і національних меншин.

До законодавчих актів, що гарантують реалізацію державної етнонаціональної політики в Україні відносять Конституцію України, Закон України «Про національні меншини в Україні», Закон України «Про громадянство України», Закон України «Про біженців та осіб,

які потребують додаткового або тимчасового захисту», Закон України «Про правовий статус іноземців та осіб без громадянства», Закон України «Про свободу совісті та релігійні організації», Декларацію прав національностей України, Декларація про державний суверенітет України, Рамкова конвенція про захист національних меншин, Європейська хартія регіональних мов або мов меншин, інші нормативно-правові акти та міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надано Верховною Радою України.

Незважаючи на таку розширену правову базу для визначення співіснування громадян всіх національностей існує ряд проблем в етнонаціональній сфері. Такими проблемами є постання української поліетнічності нації, що поглиблює етнорегіональні відмінності, ставлення до народу, етносів, етнокультури, тощо, які в результаті унеможливають розвиток та встановлення національної свідомості. Відсутність дієвої підтримки з урахуванням регіональних особливостей не тільки української мови та культури, а й мов та культури національних меншин, які представлені в Україні, а також відсутність сталого спостереження за статистикою політичного, соціального, економічного, культурного життя етнічних спільнот унеможливує розкриття реального стану забезпечення їхніх інтересів і потреб, вирішення протиріч, що виникають між ними.

Існування еміграційних настроїв громадян України та громадян інших національностей, проживаючих на території України і невелика політична активність держави по відношенню до трудових мігрантів, закордонних українців має результатом пасивність значної їх частини в участі побудови в Україні громадянського суспільства.

Порушення прав національних меншин та їх обмежена участь у процесі прийняття життєво важливих для них рішень нерідко викликають серйозні ускладнення, а деколи і призводять до трагічних наслідків. Присутність зникаючих народів, демографічне самовідтворення яких є неможливим спричиняє втрату їх культури, традицій тощо. Тому місія суспільства полягає в тому, щоб зберегти пам'ять про їхню культурну спадщину [1, с. 127-128].

Виходячи з даного опису проблематики етнонаціональної політики в Україні можемо виокремити те, що вона має різноплановий характер. Для подолання проблем в системі етнополітичних відносин в Україні потрібно активізувати та удосконалити різні механізми і підходи.

Можемо визначити, що такими механізмами є посилення та зміцнення етнічних груп через реалізацію гарантії наданих Конституцією України прав і свобод громадян. Зорієнтування населення до спільного існування етнічних спільнот між собою та до співдружності етнічних груп з державою, збільшення державного та громадського регулювання в етнополітичній сфері. Забезпечення системного вирішення у політико-правовій сфері питання щодо унеможливлення розвитку дискримінаційних поглядів за етнічною, расовою, мовною ознаками. Направлення на зародження та активізацію загальнонаціональної свідомості українського суспільства, на визнання та повагу до традицій, культури, релігії етнічних спільнот, що проживають в Україні, а також для прогресу в мовній та освітній сферах з вивчення рідної мови та історії і в той самий час створення сприятливих умов для опанування всім населенням української мови, культури, історії, звичаїв та традицій України, підвищення їх авторитету. Реалізація умов для забезпечення вкладу в прогрес українського суспільства усіма етнічними спільнотами, результатом яких би стало постання самосвідомості як державотворчої української поліетнічної нації та злиття етнічних спільнот з українським суспільством з урахуванням потреб всього населення[2, с. 296-297].

Формування державної етнонаціональної політики перебуває у стані напруження, яке поглиблюється за рахунок етнорегіональних відмінностей, ставленням до народу, етносів, етнокультури, тощо, які в результаті унеможливають розвиток та встановлення національної свідомості та суспільства заінтересованому в подальшому розвитку України.

Отже, проведений опис проблем поліетнічності українського суспільства дає можливість побачити, що на сьогодні є певна віддаленість у взаємовідносинах між більшістю населення країни та своєрідними традиційними і новими для українського суспільства етнічними спільнотами.

Список використаної літератури:

1. Вітман К.М. Етнонаціональна політика постсоціалістичних країн : моделі, особливості, проблеми : Монографія . – К.: Логос, 2007.- 336 с.
2. Політологія для вчителя : навч. посібн. для студ. Педагогічних ВНЗ / за заг. ред. : К. О. Ващенко, В. О. Корнієнко. – К. : Вид-во імені М. П. Драгоманова, 2011. – 406 с.

Науковий керівник: д. політ. н., професор Вітман К. М.

А.В. Городнічук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПИТАННЯ РЕФОРМУВАННЯ ПРАВА ВЕТО РАДИ БЕЗПЕКИ ООН

Відповідно до статті 24 Статуту ООН, Рада безпеки є постійно діючим органом ООН, на який покладено відповідальність за підтримку міжнародного миру та безпеки, й який наділений відповідними функціями та повноваженнями (ст.34,36,39 – 42,44,45 Статусу ООН). Рішення Радбезу з певних питань носять юридично обов'язковий характер, хоча нерідко ігноруються та залишаються «обговореними» тільки в колі дипломатів, враховуючи те, що для прийняття резолюції необхідна особлива процедура голосування. Рішення, окрім процедурного та при обранні членів Міжнародного суду ООН, є прийнятими якщо за нього подано 9 із 15 голосів, включаючи «однакові голоси всіх постійних членів Ради». Цим п'ятьом країнам (Китай, Франція, СРСР/Росія, Велика Британія та США) був наданий спеціальний статус постійного члена Ради Безпеки, включаючи спеціальне право голосування, відоме як «право вето» [1; 2].

Саме ж поняття «вето» (від латинського «*veto*» – «забороняю») відоме ще з періоду Римської республіки, де воно використовувалося для захисту плебеїв від свавілля патриціїв, забезпечення узгодженого прийняття рішень консулами та Сенатом. Заборона накладалась на прийняття рішень лише за простою умовою, а саме, вимовленим запереченням посадовцем, обраним з числа плебеїв, на зібранні [3]. В умовах історичного розвитку, Речі Посполитій у XVI-XVIII ст. був відомий принцип (правило) «*liberum veto*» (вільна заборона) під час роботи Сейму, рішення якого мало затверджувались одностайно. Протест одного делегата в нижній палаті вального сейму («посольська хата») – зривало ухвалення будь-якого рішення, із анулюванням прийнятих попередніх положень. А відтак, сейм Речі Посполитої інколи не міг розпочати свою роботу [4]. Дане право «блокування» було першим із яскравих прикладів системи стримування і противаг у політичних питаннях між народами, що вказує про правову ієрархію, забезпечуючи вплив на діючий механізм влади. Право вето має широке застосування і по сьогоднішній день, та все частіше стає об'єктом дискусій на міжнародній арені, оскільки є одним із можливих зловживань країн-учасниць Ради Безпеки ООН. Варто пам'ятати одну із причин недієздатності Ліги Націй, де голос «проти» мала кожна країна-учасник.

Зважаючи на те, що механізм вето має на меті створення консенсусу між країнами, практичне досягнення безпеки та миру стає неможливим, зводячи нанівець будь-які спроби мирного самозахисту країн, через принципи міжнародного права, врешті-решт, через саму систему ООН. Зауважимо, що Статут ООН не містить прямих положень щодо регулювання право вето, як і виокремлення його в якості окремого правового інституту. Ця проблема є особливо актуальною в умовах «гібридної війни», загострення відносин між Україною та Росією, яка є лідером серед країн у використанні вето, у т.ч. щодо важливих українських питань. Тож, на думку багатьох науковців та високопоставлених політиків, має бути проведена реформація Ради Безпеки, зокрема щодо застосування право вето. Звісно, Статут ООН містить положення, що дозволяють вносити зміни, але за умов, що вони прийняті голосами двох третин членів Генеральної Асамблеї і ратифіковані двома третинами країн-членів ООН, включаючи усіх постійних членів Ради Безпеки. Водночас, при виконанні своїх функцій, Генеральна Асамблея не має права робити коментарі стосовно ситуацій та суперечок, якщо про це не попросить Рада. Це прямо вказує на можливість ветування Росією тих поправок, що

суперечать її інтересам, як це сталося із резолюціями щодо Сирії та України. Слід зазначити, що при реформації керівних органів ООН необхідне і саме узгодження з 193 країнами-учасницями, які згодом мають їх ратифікувати [1; 5, 217]. Складний механізм зміни положень, неможливість виокремлення вето як дієвого правового інституту та неможливість застосування санкцій щодо країн-членів ускладнюють ефективність роботи Організації, особливо, за умови необхідності реагування на загрози, які існують сьогодні.

На нашу думку, питання зловживання певної країни правом вето має бути переглянуто та обмежено у постійного члена Ради Безпеки, якщо він є стороною конфлікту, адже така країна не може виступати «об'єктивним та неупередженим посередником» миру та безпеки щодо конфлікту, в якому він – зацікавлена сторона.

За таких умов, стаття 27 Статуту ООН яка передбачає, що «сторона, яка бере участь у спорі, повинна утриматися від голосування», має містити практичний механізм «обмеження» прав порушників норм міжнародного права, незважаючи на наданий статус постійних членів Радбезу ООН, та заохочення таких країн до отримання довіри Організації, як підтримки основних принципів ООН [1]. І хоча Рада Безпеки доводить можливість запобігання загрози Третьої світової війни та створення «діалогу» між країнами як стримуючого елемента масштабних конфліктів, реформування права вето, для початку, стане одним із рушійних кроків щодо збереження і зміцнення центрального органу з питань безпеки у світі.

Список використаної літератури:

1. Статут Організації Об'єднаних Націй від 26.06.1945. [Електронний ресурс] // Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/995_010.
2. Офіційний сайт ООН. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.un.org/securitycouncil/ru/content/veto>
3. Римське право. Навчальний посібник. - К.: Юрінком Інтер, 2003.- 512 с.
4. Вологдин А.А. Історія держави і права зарубіжних країн: підручник для студентів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/71256/pravo/istoriya_derzhavi_i_prava_zarubizhnih_krayin
5. Теліпко В. Е., Овчаренко А. С. Міжнародне публічне право: Навч. посіб. / За заг. ред. Теліпко В. Е. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 608 с.

Науковий керівник: к.ю.н., доцент Дзолос С.В.

Н. В. Іванко

Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка

ДИДАКТИЧНІ ІГРИ НА УРОКАХ ПРАВОЗНАВСТВА

Правова освіта – один з пріоритетних напрямів становлення особистості, що передбачає розвиток правової свідомості, правової культури, правової компетентності учня, й гарантує його успішну правову адаптацію й загалом соціальну інтеграцію. Серед значної кількості технологій, методів і засобів, що їх використовує сучасна школа у процесі навчання правознавства, особливу роль відіграє ігрова діяльність як така, що стимулює пізнавальний інтерес школяра й мотивує його пізнавальну діяльність.

При цьому розвивається й сама мотивація. Посилаючись на О. Макаревича, П. Токаленко визначає такі відповідні стадії: початкова, що характеризується вибором між передбачуваними мотивованими діями, різними варіантами сприймання, прогнозуванням (моделюванням) поведінкового акту (з урахуванням психологічної та соціальної складових) від його початку до завершення; реалізація мотивації – функціональна стадія, на якій застосовуються здібності, актуалізується інтенсивність і наполегливість у здійсненні обраної дії та досягненні її результатів; завершальна стадія – досягнення певного цільового стану й відповідного емоційного забарвлення (надія, страх, розчарування, полегшення).

Розглядаючи ігрову діяльність як засіб мотивації учнів на уроках правознавства, П. Токаленко виокремлює складові мотивації ігрової діяльності, а саме: організаційну (формулювання правил, визначення ролей, інструктування учасників, оголошення очікуваних

результатів гри); змістову (створення атмосфери співробітництва, побудова певної структури інтриги, підвищення рівня зацікавленості учня); проблемну (аналіз правових ситуацій, виклад різних поглядів на одну проблему; проблема може запропонована на початку дидактичної гри) [4, с. 184].

Роль і значення дидактичної гри у навчанні правознавства виявляється у тому, що:

- у процесі гри в учнів розвивається увага, виробляється звичка зосереджуватися, самостійно думати; до активної діяльності залучаються всі, навіть найпасивніші учні, вказує О. Урбанська [5, с. 234];

- методично вірно організована гра, особливо рольова, вимагає від її учасників активної пізнавальної діяльності не тільки на рівні відтворення чи перетворення, але й на рівні творчого пошуку, сприяє співробітництву вчителя й учнів у процесі навчання, однак, вона не є універсальним засобом;

- за умови розумного поєднання з іншими прийомами й засобами, дидактичні ігри сприяють інтенсифікації процесу навчання, більш успішному вирішенню завдань з формування творчого мислення учнів, їх предметних компетенцій, зазначають Б. Андрусишин та А. Гуз [1, с. 211];

- ігровий характер навчально-пізнавальної діяльності на уроках правознавства полегшує пізнання специфіки й особливостей діяльності органів державної влади, підприємств, установ, організацій в галузі права.

На підтвердження останньої тези розглянемо приклад застосування гри-стратегії «Демократія, тоталітаризм, авторитаризм», запропонований Л. Поліщук. В якості очікуваних результатів визначено, що учні ознайомлюються з методами здійснення державної влади, проводять порівняльний аналіз типів державних режимів і переконуються в перевагах демократичного режиму тощо.

Гра проходить у такі три етапи:

1) підготовчий етап, на якому учні мають встановити типи державних режимів залежно від методів здійснення державної влади, визначити відповідні поняття й усвідомити основні принципи функціонування кожного з типів державних режимів. Після цього, учні б'єднуються в групи, кожна з яких представляє окремий тип державного режиму. Самостійно або з допомогою вчителя у кожній групі учні формують відповідну систему з розподілом ролей, наприклад, «тоталітарного вождя», «президента, обраного народом», «пересічних громадян», «членів уряду», «депутатів парламенту»;

2) ігровий етап, на якому кожній групі пропонується певне завдання, у ході виконання якого, учасники гри повинні дотримуватися тієї стратегії поведінки, що накладає на них відповідна роль, після чого, діяльність кожної групи обговорюється в класі;

3) заключний етап – аналіз результатів гри, обговорення переваг і недоліків кожного з типів державного режиму, оцінювання ступеня активності кожного учня; обговорення самої гри та її окремих моментів, рекомендації учнів щодо її вдосконалення [2, с. 12].

Наразі важливо, що ігрові дії можуть корегуватися безпосередньо під час гри, якщо це не суперечить її правилам. При цьому, різноманітність ігрових дій, як вказує П. Токаленко, буде сприяти вирішенню завдань та досягненню основної мети гри [4, с. 186].

Ігрове навчання правознавства, як зазначає Л. Рябовол, може реалізуватися у таких формах: дидактична гра (рольова, ділова); ігрова ситуація; ігровий прийом (технології колективно-групового навчання: «ажурна пилка», «бліц-дискусія», «мікрофон», «мозковий штурм», «одна хвилина», «незакінчене речення», «одним словом», «поняття про ...» тощо); ігрова вправа (міні-ігри «Термін», «Думай сам» тощо). За своєю сутністю таке навчання є інтерактивним. Упровадження в практику навчання правознавства інтерактивних технологій обґрунтовується психолого-педагогічними особливостями підліткового віку, коли провідною формою діяльності є спілкування, актуалізується потреба в самостійності, розвивається самосвідомість, інтелектуальна сфера, проте, домінуючою залишається навчальна діяльність, тож виникає потреба інтегрувати спілкування та навчання [3, с. 167].

Загалом, ігрова діяльність на уроках правознавства суттєво підвищує ефективність навчання, є дієвим засобом засвоєння теоретичних знань і формування умінь та навичок, правової предметної компетентності, загалом розвитку особистості.

Список використаних джерел та літератури:

1. Андрусишин Б. І., Гуз А. М. Методика викладання шкільного курсу «Основи правознавства». Київ, 2008. 301 с.
2. Поліщук Л. Рольова гра на уроках історії та права. *Історія України*. 2003. № 2. С. 12–13.
3. Рябовол Л. Т. Система навчання правознавства учнів осовнової і старшої школи : дис. ... доктора пед. наук : 13.00.02. Київ, 2015. 600 с.
4. Токаленко П. О. Розвиток мотивації учнів на уроках правознавства засобами ігрової діяльності. *Таврійський Вісник освіти*. 2015. № 2 (50). С. 183–189.
5. Урбанська О. М. Активізація пізнавальної діяльності учнів на уроках правознавства. *Таврійський Вісник освіти*. 2014. № 3 (47). С. 233–242.

Науковий керівник: доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри державно-правових дисциплін та адміністративного права Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка Рябовол Л. Т.

Д. Іваницька

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРАВО НА ЕВТАНАЗІЮ ТА ЙОГО ЗАКРІПЛЕННЯ В ЗАКОНОДАВСТВІ ЄВРОПЕЙСЬКИХ КРАЇН

«...нікому, навіть за бажанням, не дам смертоносною отрути, і нікому не буду її радити...»
Гіппократ

Із розвитком науково-технічного прогресу, розширенням кола людських можливостей в юридичній науці поступово утверджуються нові поняття та категорії. Одним із них є поняття евтаназії (від гр. *eu* – добре, чудово та *natos* – смерть; буквально – чудова смерть), що означає відносно безболісну смерть невиліковно хворої особи за її бажанням. Цей термін ввів ще у XVII ст. англійський філософ Ф. Бекон, проте у XX ст. він набув нового звучання.

Специфіка та певною мірою «незвичність» вказаного поняття зумовила значний науковий інтерес до нього. Так, правову природу евтаназії, її форми та види досліджували В. Ворона, В. Заборовський, В. Гергелійник, Н. Борисевич, О. Домбровська та ін. Причому, зважаючи на багатовимірність та складність предмету вивчення, до дослідників-юристів доєдналися соціологи, філософи, богослови, психологи, медики тощо. Мета нашої статті полягає у тому, щоб дослідити, у яких країнах Європи евтаназія закріплена на законодавчому рівні та які особливості має відповідне законодавство.

Для комплексного розуміння проблеми варто пам'ятати, що існують дві форми евтаназії: активна (введення ліків, що призводять до смерті) та пасивна (припинення дій, що підтримують життя людини). Окрім того, вчені оперують таким поняттям, як «суїцид, що асистується».

Першою країною, яка легалізувала активну і пасивну евтаназію в Європі, були Нідерланди. За неофіційними даними евтаназія в ній здійснювалася за домовленістю між пацієнтами та лікарями ще з 1984 р. [1, 199]

10 квітня 2001 р. верхня палата парламенту цієї країни ухвалила закон («*Toetsing levensbeëindiging op verzoek en hulp bij zelfdoding*»), який звільняє від кримінальної відповідальності лікарів, що допомагають хворим піти з життя [2, 61]. Відповідно до нього, пацієнт повинен страждати від невиліковного захворювання і кілька разів звертатися з проханням евтаназії до лікарів, які, у свою чергу, зобов'язані провести консилиум і, у разі позитивного рішення, вдатися до заведеної форми умертвіння пацієнта. Крім того, пацієнти

можуть залишити письмове прохання лікареві на той випадок, якщо вони будуть занадто хворі фізично чи психічно, щоб прийняти таке рішення. При цьому з закону вилучили дозвіл звертатися по евтаназію дітям від 12 років. До досягнення 16-річного віку такі пацієнти можуть піти з життя лише з дозволу батьків [3, 36].

У 2015 році в Нідерландах евтаназія була застосована 5,5 тис. разів, що складало 3,9% від усіх смертельних випадків. Станом на 2017 р. цей відсоток збільшився до 4,5%. Навіть більше, у 2016 р. уряд Нідерландів розпочав розробку законопроекту, метою якого є легалізація евтаназії серед людей, які відчувають, що їх «життя завершене», але при цьому не обов'язково є невиліковно хворими. Великий суспільний резонанс викликала справа Аурелії Брауверс – 29-річної голландки, яка не будучи невиліковно хворою, протягом довгих років боролася за надання їй права померти. Страждаючи на комплекс психічних розладів, вона послідовно доводила, що зазнає нестерпних та безнадійних мук від життя. Зрештою, прохання Брауверс було виконано – 26 січня 2018 р. вона померла у результаті евтаназії.

Ще однією країною Європи, у якій легалізовано евтаназію, є Бельгія. У 2002 р. бельгійський парламент ухвалив закон, згідно з яким лікарям дозволяється «допомогти померти» тяжкохворій людині, яка багаторазово, письмово, добровільно та свідомо засвідчила своє бажання померти [3, 37]. Важливо, що, на відміну від Голландії, бельгійське законодавство дозволяє евтаназію без вікових обмежень.

Так, 3 березня 2014 р. королем Бельгії Філіпом було підписано перший і поки що єдиний в світі закон про дитячу евтаназію, що дозволяє її використання для неповнолітніх дітей. За умов власного бажання, згоди батьків та наявності документального підтвердження психіатра та психолога про усвідомлення невиліковною дитиною свого вибору вона може піти з життя [4, 186]. Станом на 2018 р. процедуру евтаназії було застосовано до трьох дітей. Загалом, у порівнянні з 2017 р. кількість смертних випадків, спричинених евтаназією, збільшилась на 13%, а в порівнянні з 2011 р. – подвоїлась.

У 2009 р., попри протиріччя між парламентом та Герцогом Люксембурзьким, евтаназія була легалізована в Люксембурзі. Право достроково припинити своє життя в країні врегульовано дуже складною процедурою, зокрема тяжкохворому пацієнту необхідна обов'язкова згода консилиуму лікарів та ін.

Ще однією країною, в якій можна добровільно піти з життя внаслідок евтаназії, є Швейцарія. Формально практика евтаназії в Швейцарії не закріплена на законодавчому рівні, але фактично використовується. В Кримінальному Кодексі існує стаття, що знімає покарання з особи яка допомогла піти з життя людині, яка цього потребувала. В країні навіть існують організації, що здійснюють юридичну та медичну допомогу всім людям, які бажають піти з життя. Швейцарія – єдина країна, в якій поширений т.зв. суїцидальний туризм. Щорічно близько 200 осіб приїжджають до неї за смертю. В основному це дуже літні або невиліковно хворі люди. У країні діє шість організацій, що надають послуги такого роду.

У 2015 р. евтаназія була закріплена на законодавчому рівні і в Німеччині. Варто відзначити делікатність вказаного питання, оскільки останній раз ця процедура була дозволена за нацистів. Тоді було страчено більше 200 тис людей з фізичними вадами або із захворюваннями психіки. Відповідно до ухваленого закону, громадяни, в тому числі родичі невиліковно хворого, мають право сприяти проведенню евтаназії «на індивідуальній основі виходячи з альтруїстичних мотивів». Водночас, закон забороняє сприяти евтаназії на комерційній основі. Порушнику цього розділу закону загрожуватиме до трьох років позбавлення волі [5, 130].

У Франції та Великобританії парламенти десятки разів ініціювали питання щодо легалізації евтаназії. У 2012 р. дискусію започаткував сам Президент П'ятої Республіки Франсуа Олланд. Як показали опитування громадської думки, 90% французів виступають за лібералізацію законів та запровадження не лише пасивної, а й активної евтаназії. Однак це питання для Парижа та Лондона залишається відкритим. В Україні евтаназія офіційно заборонена.

Таким чином, дослідивши практику легалізації евтаназії в країнах Європи, можемо констатувати схожість відповідного законодавства. У більшості випадків необхідною умовою для реалізації права на смерть виступає наявність невиліковної хвороби та нестерпних страждань, що нею спричиняються. Важливим є також вік пацієнтів – як правило, з 18 років (виключенням є Бельгія, яка прийняла перший і наразі єдиний у світі закон про дитячу евтаназію). Рішення про евтаназію приймається не одноособово, а колегіально (консиліум лікарів) після тривалих переговорів та зважувань всіх «за» і «проти». З огляду на численні дискусії та суперечки, що супроводжують вказане питання, а також реальні випадки судового розгляду подібних категорій справ, громадську думку, наважимося припустити, що кількість країн Європи, у яких право на евтаназію буде легалізовано, лише зростатиме.

Список використаної літератури:

1. Ворона В. Право на евтаназію як складова права людини на життя / В. Ворона // Право України. – 2010. – №5. – С. 199–204.
2. Заборовський В. Евтаназія: гідна смерть чи вбивство: юридичні аспекти в Україні / В. Заборовський // Порівняльно-аналітичне право. – 2017. – №1. – С. 61–63.
3. Борисевич Н. Проблема легалізації евтаназії як законодавчого закріплення права пацієнта на гідну смерть / Н. Борисевич // Медичне право України: правовий статус пацієнтів в Україні та його законодавче забезпечення (генезис, розвиток, проблеми і перспективи вдосконалення). Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Львів. 2008. – С.
4. Рапаєва М. Евтаназія в сучасному суспільстві та перспективи її доцільності в Україні / М. Рапаєва // Юридична наука. – 2014. – №12. – С. 183–190.
5. Гуцал І. Питання легалізації евтаназії в Україні: іноземний досвід / І. Гуцал // Інформація і право. – 2017. – №4 (23). – С. 128–133.

Науковий керівник: к.і.н., доцент Коваль Т.В.

Ю. О. Ісаєнко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОНЦЕПЦІЯ ПОКОЛІНЬ ПРАВ ЛЮДИНИ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

Права і свободи людини і громадянина є джерелом наукового пошуку не одного покоління дослідників. Їх вивчення не втрачає актуальності попри різні історичні періоди, політичні події, соціально-економічну ситуацію тощо. Класифікація прав і свобод людини і громадянина є одним з базових елементів в системі їх ґрунтовного дослідження. Як відомо, вона здійснюється за різними критеріями – за суб'єктом, формою, змістом, ступенем абсолютизації та ін. Найпоширенішою серед них є класифікація прав і свобод за змістом – особисті, політичні, економічні, соціальні та культурні.

У 1979 р. французький правник чеського походження Карел Васак, перший генеральний секретар Міжнародного інституту прав людини у Страсбурзі, запропонував класифікувати права і свободи за часовим (генераційним) критерієм, тобто за часом їх появи (проголошення). Ця класифікація отримала назву «покоління прав людини». Її аналізу (а надто четвертому поколінню прав) присвячена значна кількість наукових праць, зокрема О. Аврамової, Я. Лазура, М. Тиріної, О. Барабаша тощо. Мета нашої статті полягає в тому, щоб охарактеризувати концепцію поколінь прав і свобод людини.

Покоління прав людини можна охарактеризувати як класифікацію прав відповідно до їх історичного розвитку. Традиційно виокремлюють три покоління, хоча останнім часом дедалі частіше доводиться думка про існування четвертого покоління прав [1, 106].

Першим поколінням прав і свобод людини (т.зв. негативні права) є засновані на традиційних ліберальних цінностях права і свободи (право на життя, на свободу думки, совісті і релігії, на рівність перед законом, на участь в управлінні державою, на недоторканність особи тощо). Відлік першого покоління прав людини можна вести з періоду встановлення юридичної рівності, коли зруйнувалися станові рамки середньовічного суспільства. Вони були закріплені в текстах перших конституційних документів – Декларації незалежності США (1776 р.), Конституції США (1787 р.), Білі про права (1791 р.), Декларації прав людини і громадянина Франції (1789 р.).

Друге покоління прав і свобод людини пов'язане з боротьбою людей за поліпшення свого соціально-економічного становища та культурного рівня. Ці вимоги виникли після Першої світової війни, коли завдяки бурхливому розвитку виробництва склалися реальні передумови для задоволення соціальних потреб громадян. Друге покоління прав людини називають ще системою позитивних прав. Вони не можуть реалізуватися без організаційної, координуючої та інших форм діяльності держави, спрямованих на їх забезпечення. Вони знайшли відображення як на міжнародному (Загальна декларація прав людини 1948 р., Міжнародний пакт про економічні, соціальні і культурні права 1966 р.), так і на локальному рівні (Конституція Італії 1947 р.) [2, 163]. Становлення третього покоління прав людини пов'язано з національно-визвольним рухом країн, що розвиваються, а також із загостренням глобальних світових проблем після Другої світової війни. Останні призвели до інтернаціоналізації юридичних формулювань прав людини, створення міжнародних пактів про права людини, законодавчого співробітництва країн у питаннях про права людини, надбання наднаціонального характеру законодавствами тих держав, що підписали міжнародні пакти про права людини. Міжнародне визнання прав людини стало орієнтиром для розвитку всього людства в напрямку створення співтовариства правових держав. Між двома першими та третім поколіннями прав людини є взаємозалежність, здійснювана через принцип: реалізація колективних прав не повинна обмежувати права і свободи особи. До прав третього покоління належать: право на політичне, економічне, соціальне і культурне самовизначення; право на економічний та соціальний розвиток; право на користування спільним спадком людства; право на мир; право на безпечне довкілля; на гуманітарну допомогу [3, 218].

У ХХІ ст. можна говорити про становлення четвертого покоління прав людини, котре пов'язане з науковими відкриттями в галузі мікробіології, медицини, генетики та інших галузях. Ці права є результатом втручання у психофізіологічну сферу життя людини (наприклад, право людини евтаназію; право жінки на штучне запліднення і виношування дитини для іншої сім'ї, вирощування органів людини з її стовбурових клітин), яке, однак, не є безмежним (заборона клонування людини та встановлення інших правових меж). До цього переліку можна включити також трансплантацію органів; використання віртуальної реальності; одностатеві шлюби; доступ до Інтернету тощо. Більшість прав четвертого покоління недостатньо регламентовано на законодавчому рівні [4, 217].

О. Малінова припускає, що «можливо, на обрії п'яте чи шосте покоління прав...». Однак вкрай важливим залишається ще четверте, оскільки в разі його незбереження, незахищеності п'яте та шосте покоління вже зовсім не знадобляться [5, 731].

Отже, концепція поколінь прав людини, запропонована наприкінці 70-рр. ХХ ст., із плином часу не втрачає своєї актуальності. Вона розвивається, змінюється, поповнюється новими поняттями та категоріями. Так, досягнення науки, інтенсивний розвиток новітніх технологій стимулювали появу четвертого покоління прав людини. Очевидно, що подальша еволюція концепції покоління прав людини пов'язана не лише з теоретичною, а й з практичною складовою, зокрема розробкою відповідних нормативно-правових актів.

Список використаної літератури:

1. Аврамова О. Четверте покоління прав людини: постановка проблеми / О. Аврамова, О. Жидкова // Право України. – 2010. – №2. – С. 101–107.
2. Ковшик О. Покоління прав людини: поняття та загальна характеристика / О.Ковшик // Правозахисний рух: історія та сучасність: Матеріали Всеукр. студ. наук.-практ. конф. – Полтава, 2014. – С. 162–165.
3. Скакун О. Теорія держави і права: Підручник / О. Скакун. – Харків: Консум, 2001. – 664 с.
4. Барабаш О. Четверте покоління прав людини: загальнотеоретична характеристика [Електронний ресурс] / О. Барабаш // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Юридичні науки. – 2016. – №837. – С. 213–217. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnulpurn_2016_837_36
5. Тиріна М. Покоління прав людини: проблеми сучасної класифікації / М. Тиріна // Держава і право. – 2011. – Вип. 52. – С. 728–732.

Науковий керівник: к.і.н., доцент Коваль Т. В.

КОДЕКСИ ЯК ОСНОВА СИСТЕМИ ЗАКОНОДАВСТВА УКРАЇНИ

Кодекси (від латинського «codex» - книга) є різновидом кодифікаційних актів, які є результатом кодифікації законодавства України. В системі законодавства України існує велике різноманіття нормативно-правових актів різної юридичної сили, які відносяться до певних галузей, підгалузей, правових інститутів тощо, кодекси (кодифікаційні закони) в цій системі є ядром, складають основу системи законодавства України. Щодо самого поняття «система законодавства України» немає єдності думок науковців і його визначають по-різному. Так, автори довідника «Юридична термінологія» під системою законодавства розуміють «сукупність упорядкованих певним чином нормативно-правових актів держави» [1, с. 156]. На думку інших науковців, «поняття “система законодавства” може бути визначене як форма існування права, спосіб надання юридичного значення нормам права, засіб їх організації та об'єднання у конкретні статті, нормативні приписи, нормативно-правові акти, інститути і галузі законодавства» [2, с. 267]. Науковці вказують на нерозривний зв'язок системи законодавства і системи права, розкривають їх співвідношення. За твердженням П. Рабіновича, система законодавства, її основні параметри зумовлюються значною мірою системою права. Тому й удосконалення системи законодавства має своєю передумовою пізнання і використання специфічних системно-структурних закономірностей права [3, с. 79]. На думку авторів підручника «Теорія держави і права», «на відміну від системи права, яка характеризує передусім зміст права, система законодавства відображає специфіку зовнішнього прояву (об'єктивації) норм права. Тобто ці дві юридичні категорії характеризують сутність одного явища – права, і співвідносяться між собою як форма і зміст... Система права є первинною стосовно системи законодавства, оскільки остання виникає на її основі» [4, с. 397, 399]. Система законодавства постійно змінюється, модифікується, вдосконалюється і розвивається відповідно до потреб розвитку суспільства і держави, забезпечення прав і свобод людини. Значний вплив на розвиток системи законодавства справляє його систематизація, особливою формою якої є кодифікація (від латинських слів “codex” і “facio” - створення зведеного закону), яка є також формою правотворчості.

Кодифікація законодавства України є основною, найважливішою формою його систематизації, її необхідність обумовлена цілим рядом факторів, зокрема, існуванням низки нормативних актів, що діють ще з часів Радянського Союзу і потребою їх заміни, забезпечивши при цьому відповідність нових актів законодавства сучасним умовам життєдіяльності суспільства і держави, а також необхідність комплексного врегулювання основних сфер життєдіяльності суспільства та приведення чинного законодавства України у відповідність до стандартів міжнародного права, його гармонізації та адаптації до законодавства Європейського Союзу. Кодифікація завжди носить офіційний характер і здійснюється виключно державними органами, вона пов'язана з глибокою і всебічною переробкою чинного законодавства та внесенням до нього суттєвих змін, забезпечує внутрішню погодженість, цілісність, системність і повноту правового регулювання відповідних відносин. Кодифікація свідчить про високий рівень правотворчості, а наявність великої кількості кодифікаційних актів - про досконалість системи нормативно-правових актів і законодавства у державі. В юридичній літературі і в практиці виділяють декілька видів кодифікації – загальну, галузеву і спеціальну (комплексну). Результатом кодифікації, як було сказано вище, є прийняття кодифікаційних актів, що спрямоване на посилення в законодавстві елементу стійкості та формування стабільної нормативно-правової бази. Найбільш важливими кодифікаційними актами є кодекси (кодифікаційні закони), норми яких складають в своїй сукупності галузі права чи правові інститути та спрямовані на детальне, всебічне, повне правове регулювання відповідних груп суспільних відносин.

Кодекс (кодифікаційний закон) є оптимальним варіантом узагальнення і систематизації законодавства за певним напрямом, дієвим засобом ліквідації множинності актів з одного і того ж питання. На сучасному етапі кодекс є головною, найважливішою формою кодифікаційного акта, якому притаманні всі ознаки закону, які визначають юридичну природу закону і забезпечують його верховенство в системі нормативно-правових актів у державі. Процес підвищення ролі закону в кодифікаційній діяльності має стійку тенденцію до подальшого поглиблення і розширення. Кодекс, як і будь-який закон, приймається органом законодавчої влади – парламентом, має вищу юридичну силу, є основою системи законодавства України, регулює найважливіші суспільні відносини і приймається з дотриманням спеціальної процедури. Положення кодексу мають широку сферу застосування в рамках галузі права, оскільки об'єднують норми всіх її основних інститутів. Кодекс слугує узагальнюючою базою для законів та інших нормативних актів у відповідній галузі права. Структура кодексу досить складна і має свої особливості. Структура більшості кодексів будується за пандектною системою, що містить дві основні частини: Загальну і Особливу. У Загальній частині знаходять своє закріплення ті правила, які поширюються на всі чи ряд правових інститутів і правових норм Особливої частини цього ж кодексу. Особлива частина об'єднує конкретні правові інститути, що містяться в кодексі, тут закріплені правові інститути і правові норми, які регулюють визначені суспільні відносини.

На сьогоднішній день в Україні кодекс набуває дедалі більшої популярності як форма кодифікаційного акту. На даний час в системі законодавства України діє 22 кодекси, зокрема:

- Кодекс торговельного мореплавства України від 23.05.1995 № 176/95-ВР;
- Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 р. № 8073-Х;
- Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI;
- Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI;
- Повітряний кодекс України від 19.05.2011 № 3393-VI;
- Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 № 2456-VI
- Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III;
- Кримінальний процесуальний кодекс України від 13.04.2012 № 4651-VI;
- Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV;
- Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 № 1618-IV;
- Кодекс адміністративного судочинства України від 06.07.2005 № 2747-IV;
- Кодекс цивільного захисту України від 02.10.2012 № 5403-VI;
- Кодекс законів про працю України від 10.12.1971 № 322-VIII;
- Житловий кодекс Української РСР від 30.06.1983 № 5464-Х;
- Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV;
- Господарський процесуальний кодекс України від 06.11.1991 № 1798-XII;
- Сімейний кодекс України від 10.01.2002 № 2947-III;
- Земельний кодекс України від 25.10.2001 № 2768-III;
- Лісовий кодекс України від 21.01.1994 № 3852-XII;
- Водний кодекс України від 06.06.1995 № 213/95-ВР;
- Кодекс України про надра від 27.07.1994 № 132/94-ВР;
- Кримінально-виконавчий кодекс України від 11.07.2003 № 1129-IV [5].

Як бачимо, серед кодексів, які чинні на сьогодні, три кодекси, а саме Кодекс України про адміністративні правопорушення, Кодекс законів про працю і Житловий кодекс – це нормативно-правові акти, прийняті ще за часів Радянського Союзу, що не можна вважати допустимим з позиції відповідності цих правових актів реаліям сьогодення, суспільним відносинам, які існують в демократичній, соціальній, правовій державі, якою себе проголосила Україна, це свідчить також про недостатні зусилля держави щодо кодифікаційної діяльності, кодифікації законодавства України, і це слід негайно виправляти. На думку юристів-науковців і практиків, дуже актуальним є прийняття і інших кодексів України – Виборчого кодексу, Медичного кодексу, Освітнього кодексу, Соціального кодексу тощо, що потребує пришвидшення кодифікаційних робіт з боку держави.

Завершуючи, можна навести думку провідних науковців-теоретиків держави і права, з якою ми повністю погоджуємось, що «генеральною лінією вдосконалення українського законодавства у майбутньому слід було б обрати курс на поступове здійснення його загальної кодифікації. Для цього слід створити кодифікаційні блоки, які б не тільки відповідали завданням чинного упорядкування законодавства, а й були б розраховані на включення у майбутній кодифікаційний збір. Чинні акти доцільно складати так, щоб їх, по можливості, не поділяючи на частини, можна було включати у більш великі кодифікаційні підрозділи – в кодекси, єдині томи зводу» [4, с. 415].

Список використаних джерел:

1. Головченко В.В., Ковальський В.С. Юридична термінологія: Довідник. К.: Юрінком Інтер, 1998. 224 с.
2. Загальна теорія держави і права. / За ред. М.В. Цвіка та ін. Харків: Право, 2002. 432 с.
3. Рабінович П. Система права – об'єктивна основа систематизації законодавства (гносеологічний аспект). / Систематизація законодавства в Україні: проблеми теорії і практики. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. К., 1999. С. 78– 80.
4. Теорія держави і права. Академічний курс: Підручник / За ред. О.В. Зайчука, Н.М. Оніщенка. К.: Юрінком Інтер, 2006. 688 с.
5. Кодекси України. URL: http://kodeksy.com.ua/kodeksi_ukraini.htm

Науковий керівник д.ю.н., професор Комзюк В.Т.

І. Р. Литвин

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РОЗМЕЖУВАННЯ ХУЛІГАНСТВА (СТ. 296 ККУ) ВІД ДРІБНОГО ХУЛІГАНСТВА (СТ. 173 КУпАП): ПЕРСПЕКТИВИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ

Хуліганські діяння, в залежності від способу, яким вчинюються, можуть бути як злочином, так і проступком. Законодавець виділяє хуліганство (злочин) та дрібне хуліганство (адміністративне правопорушення). Тож, постає питання, за якими критеріями відмежовується хуліганство (ст. 296 Кримінального кодексу України, далі – ККУ) [1] від дрібного хуліганства (ст. 173 Кодексу України про адміністративні правопорушення, далі – КУпАП) [2].

Питання кваліфікації вищезазначених правопорушень, їх розмежування досліджували такі вчені-правознавці, як Ю. П. Битяк, І. М. Даньшин, В. В. Кузнецов, Л. О. Кузнецова, А. А. Манжула, В. В. Налуцишин, С. С. Яценко та інші. Проте перелік критеріїв та ознак, за якими слід відрізняти адміністративно-каране хуліганське діяння від злочинного, досі не сформований, що тільки підвищує актуальність даного питання.

Отже, мета цієї публікації полягає у встановленні специфічних розмежувальних ознак дрібного і злочинного хуліганства у перспективному законодавчих змін.

Відповідно до чинного українського законодавства хуліганство (ст. 296 ККУ) – це грубе порушення громадського порядку з мотивів явної неповаги до суспільства, що супроводжується особливою зухвалістю чи винятковим цинізмом [1]. Дрібним хуліганством (ст. 173 КУпАП) є лайка в громадських місцях, образливе чіпляння до громадян та інші подібні дії, що порушують громадський порядок і спокій громадян [2].

У Постанові Пленуму Верховного Суду № 10 від 22. 12. 2006 року «Про судову практику у справах про хуліганство» (далі – ППВСУ) зазначено, що при вирішенні питання про відмежування кримінально-караного хуліганства від дрібного слід виходити з того, що злочинні дії завжди супроводжуються особливою зухвалістю або винятковим цинізмом [3].

Як роз'яснює ППВСУ, за ознакою особливої зухвалості хуліганством може бути визнано таке грубе порушення громадського порядку, яке супроводжувалось, наприклад, насильством із завданням потерпілій особі побоїв або заподіянням тілесних ушкоджень, знущанням над нею, знищенням чи пошкодженням майна, зривом масового заходу, тимчасовим припиненням нормальної діяльності установи, підприємства чи організації, руху громадського транспорту

тощо, або таке, яке особа тривалий час уперто не припиняла. Хуліганством, яке супроводжувалось винятковим цинізмом, можуть бути визнані дії, поєднані з демонстративною зневагою до загальноприйнятих норм моралі, наприклад, проявом безсоромності чи грубої непристойності, знущанням над хворим, дитиною, особою похилого віку або такою, яка перебувала у безпорадному стані, та інші [3]. Аналізуючи нормативні поняття та роз'яснення ППВСУ можна стверджувати, що при кваліфікації розглядуваних діянь має місце так званий оціночний критерій, який є дещо абстрактним. Зважаючи на людський фактор та певні суб'єктивні переконання слідчого, прокурора чи судді абстрактність особливої зухвалості або виняткового цинізму є проблемою., що ускладнює правильну кваліфікацію досліджуваних діянь.

Законодавцем вже була здійснена спроба чітко розмежувати злочин від проступку у законопроекті про кримінальні проступки № 2897 від 19.05.2015 р. [4], який, на жаль, вже знятий з розгляду. Проте раціональне зерно у частині відмежування хуліганства (злочину) від дрібного хуліганства (кримінального проступку) у проекті було закладене. Тому вважаємо, що те розуміння ознак хуліганських кримінальних правопорушень, встановлених у проекті, варто взяти за основу при кваліфікації хуліганських діянь злочинного та незлочинного характеру.

У такому разі кримінально-каране хуліганство за ч. 1 ст. 296 ККУ визначатиметься як «...порушення громадського порядку, що супроводжується зухвалим влаштуванням бійки або висловлюванням погроз застосування небезпечного для життя чи здоров'я насильства, або тривалим і впертим знущанням над особою, яка перебуває у безпорадному стані, або над дитиною, вагітною жінкою чи особою похилого віку, або знищенням чи пошкодженням чужого майна, або тривалим (понад годину) порушенням спокою людей чи нормальної роботи підприємства, установи чи організації, або вчиненням статевого акту чи іншим винятково цинічним проявом безсоромності в публічному місці...» [4].

Дрібне хуліганство (адміністративний проступок) за ч. 1 ст. 173 КУпАП варто визначити, як «...грубе порушення громадського порядку чи спокою людей зокрема шляхом:

1) голосної і тривалої нецензурної лайки чи співання непристойних пісень в громадському місці або в присутності малолітніх дітей, або

2) тривалих гучних вигуків чи користування звуковідтворювальною апаратурою, незаконного проведення салютів, феєрверків, використання інших піротехнічних засобів у нічний час, або

3) тривалих вигуків, свисту або створення іншого шуму під час демонстрації кінофільмів чи спектаклів, або

4) образливого чіпляння до людей, що зневажає честь і гідність потерпілих чи утискає їхню волю, або

5) вторгнення в громадське місце всупереч забороні осіб, які слідкують за порядком, або

6) справляння природних потреб в населеному пункті у не відведеному для цього місці, або

7) появи в повністю оголеному вигляді у громадському місці (ексгібіціонізм), крім спеціально визначених місць для відпочинку нудистів, та/чи імітації статевого акту у публічному місці, або

8) самовільного без потреби зупинення чи спроби зупинення громадського транспорту, що створило небезпеку аварії, або

9) осквернення об'єкта культурної спадщини чи громадської будівлі, що не спричинило їх знищення чи пошкодження (вандалізм), або

10) нанесення непристойного малюнку на тротуарі, стіні, паркані, дверях, інших предметах або вчинення на них напису нецензурного змісту...» [4].

Переконані, що зміни до чинних редакцій ст. 296 ККУ та ст. 173 КУпАП дозволять покращити зміст конструктивних ознак хуліганства та дрібного хуліганства і сприятимуть чіткому розмежуванню їх між собою.

Список використаної літератури:

- 1.Кримінальний кодекс України: Закон України від 05. 04. 2001 № 2341-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> (дата звернення: 08. 03. 2019).
- 2.Кодекс України про адміністративні правопорушення: Закон України від 07.12.1984 № 80731-X. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10> (дата звернення: 08. 03. 2019).
- 3.Про судову практику у справах про хуліганство: Постанова Пленуму Верховного Суду України від 22. 12. 2006 № 10 URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/va010700-06> (дата звернення: 08. 03. 2019).
- 4.Проект Закону про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запровадження кримінальних проступків від 19 05. 2015 № 2897. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=55214 (дата звернення: 08. 03. 2019).

Науковий керівник: ст. викладач кафедри державно-правових дисциплін, к.ю.н.
Парамонова О.С.

А. А. Мкртчян

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НАСИЛЬНИЦЬКІ ЗЛОЧИНИ ПРОТИ ВЛАСНОСТІ ЗА КРИМІНАЛЬНИМ КОДЕКСОМ УКРАЇНИ

Питання боротьби з насильницькою злочинністю проти власності в усі періоди державного життя було і залишається актуальним. Ефективність цієї боротьби залежить від багатьох факторів, що потребують постійного вивчення та удосконалення. Важливим завданням у цьому напрямку є правильність визначення видів таких злочинів та їх розмежування.

Слід зазначити, що вивченням вищезначених злочинів займалося чимало юристів, науковців, серед яких П. Андрушко, Н. Антонюк, О. Дудоров, С. Дьоменко, М. Коржанський, М. Мельник, М. Хавронюк, С. Яценко та інші. Проте їхні роботи присвячені переважно розгляду загальних аспектів теми наших тез, а висвітлення кваліфікуючих ознак насильницьких злочинів проти власності відокремлено без їх взаємоаналізу. Тому метою цієї статті є визначення та характеристика насильницьких злочинів проти власності.

Насильницька злочинність – це негативне соціальне явище кримінально-правового характеру, яке в умовах об'єктивної дійсності виявляється у множинності суспільно небезпечних проявів, вчинення яких детерміноване насильницькою мотивацією [1]. На думку Ю. Шемшученка, насильство – застосування силових методів, або психологічного тиску за допомогою погроз, свідомо спрямованих на слабких або тих, хто не може чинити опір. Тобто, будь-яке застосування сили щодо беззахисних [2]. Насильство характеризує об'єктивну сторону таких злочинів проти власності, визначених Кримінальним кодексом України (далі – КК), як: насильницький грабіж (ч. 2 ст. 186), розбій (ст. 187), вимагання (ст. 189) та погроза знищення майна (ст. 195).

Частина 2 ст. 186 КК передбачає відповідальність за насильницьке відкрите викрадення чужого майна (грабіж). Насильницьким є грабіж, поєднаний зі застосуванням насильства, яке не є небезпечним для життя чи здоров'я потерпілого, або з погрозою його застосування.

Відповідно до п. 5 Постанови Пленуму Верховного Суду України «Про судову практику у справах про злочини проти власності» від 06. 11. 2009 року № 10 (далі – ППВСУ), під насильством, що не є небезпечним для життя чи здоров'я потерпілого, варто розуміти умисне заподіяння легкого тілесного ушкодження, що не спричинило короточасного розладу здоров'я або незначної втрати працездатності, а також вчинення інших насильницьких дій (завдання удару, побоїв, незаконне позбавлення волі) за умови, що вони не були небезпечними для життя чи здоров'я в момент заподіяння. Такі насильницькі дії, вчинені під час грабежу, повністю охоплюються ч. 2 ст. 186 КК і додаткової кваліфікації за іншими статтями КК не потребують [3].

Розбій, тобто напад з метою заволодіння чужим майном, є викраденням поєднаним із насильством, небезпечним для життя чи здоров'я особи, яка зазнала нападу, або з погрозою застосування такого насильства [4]. Під таким насильством розуміється умисне заподіяння потерпілому легкого тілесного ушкодження, що спричинило короточасний розлад здоров'я або незначну втрату працездатності, середньої тяжкості або тяжке тілесне ушкодження, а також інші насильницькі дії, які не призвели до вказаних наслідків, але були небезпечними для життя чи здоров'я в момент їх вчинення. До них слід відносити і насильство, що призвело до втрати свідомості чи мало характер мордування, придушення за шию, скидання з висоти, застосування електроструму, зброї, спеціальних знарядь тощо [4].

У п. 12 ППВСУ зазначено, що погроза застосування насильства при розбійних нападах чи грабежі полягає в залякуванні негайним застосуванням фізичного насильства [3]. Під час вчинення розбою – насильства небезпечного для життя чи здоров'я потерпілого (погроза вбити, заподіяти тяжке або середньої тяжкості тілесне ушкодження, легке тілесне ушкодження з розладом здоров'я чи незначною втратою працездатності, або вчинити певні дії, що у конкретній ситуації можуть спричинити такі наслідки), а при грабежі – насильства, що не є небезпечним для його життя чи здоров'я.

Серед насильницьких злочинів проти власності чільне місце посідає вимагання, передбачене ст. 189 КК. Відповідно до цієї норми вимагання – це вимога передачі чужого майна чи права на майно або вчинення будь-яких дій майнового характеру з погрозою насильства над потерпілим чи його близькими родичами, обмеження прав, свобод або законних інтересів цих осіб, пошкодження чи знищення їхнього майна або майна, що перебуває в їхньому віданні чи під охороною, або розголошення відомостей, які потерпілий чи його близькі родичі бажають зберегти в таємниці [4]. Склад злочину вимагання, описаний у ст. 189 КК, в якості обов'язкової його ознаки включає погрозу, що за своїм змістом може бути виражена в таких видах: а) погроза насильством над потерпілим; б) погроза насильством стосовно близьких родичів потерпілого; в) погроза обмеженням прав, свобод або законних інтересів цих осіб; г) погроза пошкодження чи знищення їхнього майна або майна, що перебуває в їхньому віданні чи під охороною; д) погроза розголошення відомостей, які потерпілий чи його близькі родичі бажають зберегти в таємниці. Перший і другий види погроз можуть виражатись у погрозі застосування будь-якого насильства: нанесення побоїв, мордування, катування, заподіяння тілесних ушкоджень, згвалтування тощо. Проте, коли вимагання пов'язане з погрозою позбавлення життя потерпілого чи його близьких родичів або спричиненням таким особам тяжкого тілесного пошкодження, то таку погрозу законодавець відніс до кваліфікованого складу злочину вимагання (ч. 2 ст. 189 КК) [5, с. 163].

Наслідки застосування фізичного насильства, небезпечного для життя чи здоров'я при вимаганні, можуть бути такі: заподіяння потерпілому легкого тілесного ушкодження, що спричинило короточасний розлад здоров'я або незначну втрату працездатності, заподіяння тілесних ушкоджень середньої тяжкості (ч. 3 ст. 189 КК) або тяжких тілесних ушкоджень (ч. 4 ст. 189 КК).

У абз. 5 п. 12 ППВСУ розмежовано вимагання, грабіж чи розбій виходячи з того, що при грабежі та розбої насильство або погроза його застосування спрямовані на заволодіння майном у момент їх застосування. При цьому погроза являє собою такі дії чи висловлювання, які виражають намір застосувати насильство негайно. Дії, що полягають у насильстві або в погрозі його застосування, спрямовані на одержання майна в майбутньому, а також вимогу передати майно, поєднану з погрозою застосувати насильство до потерпілого або його близьких родичів у майбутньому, слід кваліфікувати як вимагання. Якщо погроза насильства або саме насильство були застосовані з метою заволодіння майном потерпілого в момент нападу, але у зв'язку з відсутністю у нього майна винна особа пред'явила вимогу передати його в майбутньому, такі дії належить кваліфікувати залежно від характеру погроз чи насильства як розбій чи як замах на грабіж та за відповідною частиною ст. 189 КК (за наявності складу злочину) [6]. Ще одним злочином, який є частиною системи насильницьких злочинів проти власності є діяння, передбачене ст. 195 КК – погроза знищення майна. Цей злочин віднесено

до насильницьких за ознакою розуміння самого діяння, адже погрозою називається психічне насильство, яке застосовується з метою позбавити потерпілого спокою або примусити його вчинити певні дії чи утриматися від певних дій [6].

Таким чином, короткий аналіз насильницьких злочинів проти власності – насильницького грабежу, розбою, вимагання та погрози знищення майна, дозволяє визначити їх як сукупність злочинів, спрямованих на заволодіння чужим майном із застосуванням фізичного чи психічного насильства або з погрозою його застосування. Ці злочини об'єднуються в одну групу за способом їх вчинення та розмежовуються за характером насильницьких дій.

Список використаної літератури:

1. Гуня І. Види насильства у кримінальному праві. Форум права. 2014. № 2. С. 99-103.
2. Насильство. Юридична енциклопедія: в 6-ти т. відп. ред Ю. Шемшученко Київ: Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2002. Т. 4. 720 с.
3. Про судову практику у справах про злочини проти власності: Постанова Пленуму Верховного Суду України від 06. 11. 2009 № 10. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0010700-09> (дата звернення 07. 03. 2019)
4. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05. 04. 2001 № 2341-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>. (дата звернення 07. 03. 2019)
5. Дьоменко С. Насильство як засіб вчинення вимагання: кримінально-правовий аналіз. Вісник Запорізького національного університету. 2009. № 2 – С. 160-167.
6. Коржанський М. Кваліфікація злочинів: навч. посіб. Київ: Атіка, 2002. 640 с.

Науковий керівник: к.ю.н., ст. викладач Парамонова О. С.

К. В. Москальчук

Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка

КУРС ЗАВИБОРОМ «ДОСЛІДЖУЮЧИ ГУМАНІТАРНЕ ПРАВО» ЯК СКЛАДНИК БАЗОВОЇ ОСВІТИ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

Сьогодні в українському суспільстві інтенсифікуються демократичні перетворення й загалом воно переживає складні трансформаційні процеси, що відбуваються у контексті інтеграції нашої держави в європейський та світовий простір, у тому числі освітній і науковий, і супроводжуються імплементацією відповідних, передусім європейських, цінностей. Своє відображення у змісті шкільної освіти це знайшло шляхом закріплення у навчальних програмах шкільних, передусім суспільно-гуманітарних, предметів, положень про повагу до прав та свобод людини

Питання прав і свобод людини та їх захисту актуалізувалося на тлі міжнародних збройних конфліктів, тероризму, інших форм насилля, що спричиняють численні жертви. На жаль, сьогодні це стало реальністю і для України. За даними Інституту досліджень міжнародних конфліктів в Гейдельберзі (Німеччина), станом на кінець 2018 року зафіксовано 222 конфлікти між державами, національними групами, політичними угрупованнями, переважно в країнах Африки на південь від Сахари і на Близькому Сході. На європейському континенті єдиним місцем, де відбуваються бойові дії, є Схід України [3].

Оскільки, збройні конфлікти є продуктом людської діяльності, то очевидно як для запобігання їх виникненню, так і для сприяння в усвідомленні свого статусу в таких обставинах необхідно створити умови для забезпечення молоді знаннями з Міжнародного гуманітарного права.

Міжнародне гуманітарне право (далі – МГП) – це система юридичних норм і принципів, що застосовуються як у міжнародних, так і внутрішніх збройних конфліктах, встановлюють взаємні права та обов'язки суб'єктів міжнародного права щодо заборони або обмеження застосування певних засобів і методів ведення збройної боротьби, забезпечують захист жертв конфлікту і встановлюють відповідальність за порушення даних норм і принципів. Основною метою МГП є захист життя й гідності цивільного населення, яке не бере прямої участі у конфлікті, а також обмеження військових у засобах та методах ведення війни[1, с. 236-237].

Шкільна освіта, відповідаючи на сучасний суспільний запит, має посприяти у тому, аби учні знали особливості відповідного стану, розуміли причини появи біженців і полонених, їх статус тощо. Наразі у рамках виконання Плану роботи Міжвідомчої комісії з імплементації в Україні міжнародного гуманітарного права Міністерство освіти і науки України розробило й надіслало органам управління освітою обласних і Київської міської державних адміністрацій, та інститутам післядипломної педагогічної освіти методичні рекомендації щодо викладання курсу за вибором «Досліджуємо гуманітарне право» для загальноосвітніх навчальних закладах.

Згідно з відповідним Листом МОНУ[4], МГП є складником базової освіти української молоді. Незалежно від історії конкретної місцевості та досвіду ведення збройних конфліктів, в умовах суспільної перебудови, високої соціальної й політичної напруги, вивчення курсу «Досліджуємо гуманітарне право» має опосередкований потенційний ефект як спроба обмеження та запобігання порушень гуманітарного права і прав людини через надання школярам освіти, що сприяє розумінню й усвідомленню ними гуманітарних питань і проблем, які виникають під час збройного конфлікту.

Крім того, МГП рекомендовано використовувати на уроках історії України та всесвітньої історії у старших класах загальноосвітніх закладах, а також поглибити його вивчення у контексті окремих тем з предмета «Захист Вітчизни», зокрема практично відпрацювати тему «Планування табору для людей, переміщених під час надзвичайних ситуацій».

Вивчаючи курс «Досліджуємо гуманітарне право», учні аналізують джерела і причини збройних конфліктів, моделюють ситуації, використовують інтерактивні технології навчання, що дозволяє сформувати у них навички поведінки в екстрених ситуаціях, коли відсутні чіткі інструкції щодо подальших дій. Основними завданнями курсу є: надати учням базові знання з основних питань МГП; встановити зв'язок та різницю між правами людини та гуманітарним правом; сформувати в учнів навички оцінки насильства з позицій гуманітарного права; розвивати вміння захищати себе і своїх близьких у нестандартних ситуаціях.

Згідно з навчальною програмою, курс розрахований на вивчення у 10 (11) класі в обсязі 35 годин і охоплює 5 основних модулів: 1. Гуманітарна перспектива; 2. Обмеження під час збройного конфлікту (міжнародне гуманітарне право і право людини тощо); 3. Закон у дії (порушення МГП та відповідальність, дилема комбатанта); 4. Забезпечення правосуддя (причини виникнення та еволюція розвитку міжнародних трибуналів); 5. Наслідки збройного конфлікту (гуманітарні потреби, захист полонених та возз'єднання сімей, що були розлучені внаслідок воєнних дій, принцип діяльності під час проведення гуманітарних операцій, етика гуманітарних операцій) [2].

Загалом, у результаті засвоєння змісту курсу за вибором «Досліджуючи гуманітарне право» учні опанують основні поняття МГП, зрозуміють його зв'язок з міжнародним правом прав людини, зможуть визначати межі порушень МГП, оцінювати ситуації насильства з гуманітарної точки зору, усвідомлять необхідність дотримання правил ведення збройних конфліктів, використовувати гуманістичні цінності в повсякденному житті і в подальшій професійній діяльності.

Список використаних джерел та літератури:

1. Грін О. О. Словник міжнародно-правових термінів. Ужгород : ПП Данило С. І., 2010. 500 с.
2. Досліджуючи гуманітарне право: Підручник / За ред. Л. Г. Шинкаренко, Р. І. Євтушенко. К. : Основа-Принт, 2008. 152 с.
3. На сьогодні у світі тривають 222 конфлікти. Єдина війна в Європі — на сході України. URL: <https://credo.pro/2018/03/202064> (Дата звернення 03.03.19)
4. Про надання Методичних рекомендацій щодо викладання курсу за вибором «Досліджуємо гуманітарне право» для загальноосвітніх навчальних закладах : Лист Міністерства освіти і науки України від 18.02.2015 р. № 1/9-83. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v9-83729-15> (Дата звернення 28.02.19).

Науковий керівник: доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри державно-правових дисциплін та адміністративного права Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка Рябовол Л. Т.

ВИДИ ЮРИДИЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЗА КОРУПЦІЙНІ ПРАВОПОРУШЕННЯ

Однією із найголовніших проблем в українському суспільстві є протидія будь-яким корупційним проявам. Ефективне впровадження та здійснення заходів із боротьби з корупцією не можливе без чіткого усвідомлення змісту та видів відповідальності за корупційні правопорушення, адже розуміння цього дозволить визначити подальші напрями правого регулювання в цій сфері та є підґрунтям для законодавчого закріплення діянь, які підпадають під ознаки корупційних.

Дослідженню юридичної відповідальності за корупційні правопорушення присвячено праці Є. О. Алісова, В. В. Мартиновського, М. І. Мельника, В. Я. Настюка, М. І. Хавронюка, О. М. Шевчука та інших учених, що стали фундаментальною базою цього дослідження.

Метою статті є аналіз чинного законодавства для визначення видів юридичної відповідальності за корупційні правопорушення.

У теорії права під юридичною відповідальністю розуміють застосування заходів державного примусу до правопорушника за вчинення протиправного діяння або передбачений правовими нормами обов'язок суб'єкта нести відповідальність у вигляді несприятливих для нього наслідків вчиненого правопорушення [1, с. 43]. Залежно від виду правопорушення і способу покладення відповідальності розрізняють: кримінальну, адміністративну, дисциплінарну та цивільно-правову відповідальність.

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про запобігання корупції» корупційне правопорушення – це діяння, що містить ознаки корупції, вчинене особою, зазначеною у частині першій статті 3 цього Закону, за яке законом встановлено кримінальну, дисциплінарну та/або цивільно-правову відповідальність [2].

Кримінальна відповідальність можлива за вчинення корупційних злочинів. У примітці до ст. 45 Кримінального кодексу України корупційними вважаються злочини, передбачені ст.ст. 191, 262, 308, 312, 313, 320, 357, 410, у випадку їх вчинення шляхом зловживання службовим становищем, а також злочини, передбачені ст.ст. 210, 354, 364, 364-1, 365-2, 368-2 (норма була визнана неконституційною рішенням Конституційного Суду України), 369-2 цього Кодексу [3].

Корупційні злочини мають ряд особливостей, а саме: 1) вчинюються шляхом використання службового становища та/або зловживання таким становищем; 2) пов'язані з одержанням чи даванням (у тому числі пропозицією і обіцянкою таких дій) неправомірної вигоди; 3) суб'єктами їх вчинення в переважній більшості є службові особи як публічного, так і приватного права, та особи, які надають публічні послуги; 4) у переважній більшості діянь мотив і мета корисливі; 5) форма вини – виключно умисна.

Характерною особливістю притягнення до відповідальності за корупційні злочини є те, що після внесення змін до Кримінального кодексу України у зв'язку з прийняттям Закону України «Про Національне антикорупційне бюро» стало неможливим застосування окремих норм кримінального законодавства до осіб, які вчинили такі діяння (зокрема, інституту звільнення від кримінальної відповідальності, призначення більш м'якого покарання, ніж передбачено законом, звільнення від покарання з випробуванням чи від його відбування). Варто зазначити, що кошти та інше майно, одержані внаслідок вчинення злочинного корупційного правопорушення, підлягають конфіскації або спеціальній конфіскації за рішенням суду в установленому законом порядку.

Дисциплінарна відповідальність настає за дисциплінарний проступок, тобто за порушення трудової та службової дисципліни. Її особливістю є те, що особа, до якої застосовується подібний вид відповідальності, підпорядковується по службі особі, що накладає стягнення [1, с. 77]. Дисциплінарна відповідальність у разі порушення норм Закону України «Про запобігання корупції» настає: 1) у разі притягнення особи до кримінальної чи

адміністративної відповідальності за вчинення корупційного правопорушення. Полягає у звільненні з роботи (служби) осіб, які вчинили корупційні або пов'язані з корупцією правопорушення; 2) не поглинання нормами кримінального та адміністративного законодавства обмежень, передбачених Законом України «Про запобігання корупції». Полягає у звільненні з роботи (служби) осіб, які не дотримуються обмежень, передбачених Законом України «Про запобігання корупції». 3) у разі недотримання особою норм Закону України «Про запобігання корупції». Полягає у застосуванні будь-якого дисциплінарного стягнення, яке передбачено для конкретного суб'єкта відповідальності, закріпленого ст. 3 Закону «Про запобігання корупції», за порушення службової (трудової) дисципліни [1, с. 81].

Так, підстави для припинення трудового договору у разі вчинення особою кримінального корупційного правопорушення сформульовані у п. 7 ч. 1 ст. 36 Кодексу законів про працю України: «... набрання законної сили вироком суду, яким працівника засуджено до позбавлення волі або до іншого покарання, яке виключає можливість продовження даної роботи» [4].

Звільнення з роботи (служби) можливе у разі не дотримання особами певних обмежень, зокрема: обмеження щодо використання службового становища; обмеження щодо сумісництва та суміщення з іншими видами діяльності; обмеження щодо одержання дарунків (пожертв); обмеження щодо роботи близьких осіб.

Також до службовців, крім дисциплінарних стягнень, передбачених чинним законодавством про працю України (ст. 147 Кодексу законів про працю України – догана, звільнення), можуть застосовуватися такі заходи дисциплінарного впливу, як попередження про неповну службову відповідність та затримка до одного року у присвоєнні чергового рангу або у призначенні на вищу посаду [1, с. 79].

Цивільно-правова відповідальність за вчинення корупційних правопорушень настає відповідно до Цивільного кодексу України [5] у разі, коли вони призвели до негативних цивільно-правових наслідків. Підставами для цивільно-правової відповідальності є: наявність майнової шкоди (у грошовому виразі – майнових збитків); протиправність поведінки (дія чи бездіяльність); вина; причинний зв'язок між збитком і протиправною поведінкою.

Питання щодо притягнення державного службовця та посадової особи до цивільно-правової відповідальності за корупційні правопорушення вирішується у судовому порядку.

Статтею 68 Закону України «Про запобігання корупції» встановлено, що фізичні та юридичні особи, права яких порушено внаслідок вчинення корупційного правопорушення і яким завдано моральної або майнової шкоди, збитків, мають право на відновлення прав, відшкодування збитків, шкоди в установленому законом порядку [2]. Таке відшкодування здійснюється або безпосередньо винною особою, або державою.

Збитки, шкода, завдані державі внаслідок вчинення корупційного правопорушення, підлягають відшкодуванню особою, яка вчинила відповідне правопорушення, в установленому законом порядку [2].

Отже, за корупційні правопорушення встановлена кримінальна, дисциплінарна та цивільно-правова відповідальності, які мають характерні особливості, передбачені як чинним антикорупційним законодавством, так і спеціальними нормативними актами.

Список використаної літератури:

1. Алісов Є. О., Мартиновський В. В., Настюк В. Я., Шевчук О. М. Відповідальність за корупційні правопорушення : навч. посіб. Харків: Юрайт, 2017. 168 с.
2. Про запобігання корупції: Закон України від 14. 10. 2014 № 1700-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18> (дата звернення: 16. 02. 2019).
3. Кримінальний кодекс України: Закон України від 05. 04. 2001 № 2341-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> (дата звернення: 16. 02. 2019).
4. Кодексу законів про працю України: Закон України від 10. 12. 1971 № 322-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08> (дата звернення: 16. 02. 2019).
5. Цивільний кодекс України: Закон України від 16. 01. 2003 № 435-IV. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 16. 02. 2019).

Науковий керівник: к. ю. н., ст. викладач кафедри державно-правових дисциплін
Парамонова О.С.

БАТЬКІВСЬКА ВІДПУСТКА В ДЕРЖАВАХ-ЧЛЕНАХ ЄС: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

У сучасному світі гендерна рівність сприймається не лише як одне з фундаментальних прав людини, але і як запорука подальшого мирного, процвітаючого, гармонійного та сталого світового розвитку. Проте, на шляху досягнення фактичної рівності прав та можливостей чоловіків і жінок залишається ще чимало невирішених завдань. Одним із них є необхідність подолання гендерної нерівності в сферах соціальної активності та трудової діяльності.

Ця проблема набуває все більшої актуальності в зв'язку з негативними демографічними тенденціями (процеси старіння нації, зниження дітонародження), з активними зусиллями міжнародної спільноти (розробка стратегій, конвенцій, директив з гендерної рівності, проведення жіночих світових та регіональних форумів), з посиленням громадсько-політичної активності жіноцтва (участь у прийнятті суспільно-значимих рішень, військових діяч, волонтерському русі тощо), з жіночим лідерством в економічній сфері (збільшення відсотка жінок на управлінських посадах підприємств, установ, організацій, підприємницька активність).

Однією з проблем, вирішення якої вимагає спільних зусиль широких кіл громадськості та певного проміжку часу, є необхідність створення рівних можливостей жінок і чоловіків у сфері сімейних відносин. Серед цих відносин особливе місце посідає відпустка по догляду за дитиною. Адже в силу низки життєвих обставин (управлінська посада, вищий розмір оплати праці, страх втратити місце роботи, небажання робити перерву в кар'єрі тощо) жінки готові поступитися своїми «материнськими обов'язками» на користь чоловіків-батьків.

Декретна відпустка для чоловіків існує не в багатьох державах світу. Започаткували такі соціальні експерименти скандинавські країни. Для них самих активне залучення чоловіків до процесу догляду і виховання дітей раннього віку далось не просто. Але домінування традиційно-стереотипної моделі поведінки вдалось подолати шляхом зменшення гендерного розриву. Понад те, на вирівнювання можливостей з позицій материнства-батьківства була націлена й сімейна політика держави. Адже безпосередню участь у її формуванні та реалізації брали саме жінки.

Саме тому, з метою досягнення взаємопов'язаних цілей поєднання трудової діяльності та сімейного життя та досягнення гендерної рівності у 2010 р. Рада ЄС прийняла Директиву 2010/18/EU (далі – «Директива»). Метою прийняття Директиви є полегшення суміщення роботи із сімейним та особистим життям для працюючих батьків і забезпечення рівності можливостей для чоловіків та жінок на ринку праці [1].

Більшість держав-членів ЄС уже давно тестують такі відпустки, однак деякі з цих держав почали заохочувати татусів ще до прийняття директиви 2010/18/ЄС. Наприклад, у Швеції практику таких відпусток було розпочато ще в середині 1970-х рр. Принагідно зазначимо, що в Швеції найкраще бути татком, адже законодавство країни передбачає батьківську відпустку тривалістю 480 днів. При цьому опікун упродовж 390 днів отримує 80% офіційного заробітку. У Норвегії «декрет для тата» запровадили ще в 1994 р. [2].

Варто зазначити, що батьківські відпустки значно коротші від материнських (тривають від декількох днів до декількох тижнів). Помітні відмінності між регіонами Європи щодо тривалості таких відпусток: якщо у скандинавських державах це досить значний період (Швеція та Ісландія – 13 тижнів, Норвегія та Фінляндія – 8 тижнів), то у решті держав їх тривалість обчислюється тижнями та днями (в Угорщині, Австрії, Греції та Нідерландах тривалість відпустки знаходиться в межах одного тижня). Відпустку тривалістю два тижні надають Данія, Естонія, Франція, Бельгія, Латвія, Іспанія, Велика Британія. У Литві, Польщі і Португалії батько може розраховувати на місяць відпустки [3].

Останнім часом право на відпустку в зв'язку з народженням дитини для батьків запровадили навіть й у тих державах, де переважають традиційні погляди на роль чоловіка й жінки в суспільстві та сім'ї (Іспанія, Ірландія, Болгарія). Загалом за статистикою 20% чоловіків Західної Європи перебуває в декретній відпустці.

Порівняно з державами-членами ЄС, в Україні тільки 1-3% чоловіків наважуються брати відпустку по догляду за дитиною. Першопричиною низького показника залученості чоловіків до такої відпустки є суспільні стереотипи про роль «годувальника», який не повинен займатися суто жіночими справами. Чоловіки не користуються батьківськими відпустками через те, що соромляться бути неправильно сприйнятими в суспільстві. Таку думку підтверджує й експерт із гендерної політики М. Корюкалов: «Існують певні побоювання, незручності у чоловіка з тим, щоб взяти таку відпустку. Він переживає з приводу того, що подумают його батьки або батьки дружини, або що подумают його друзі, адже це не чоловіча справа» [4].

Наступною причиною є особливість законодавчих вимог та можливих наслідків. «В Україні як мама, так і тато, мають право на відпустку. Але це може статися тільки за умови наявності довідки про те, що мама дитини повернулася на роботу на повний робочий день і при цьому не отримує соціальної допомоги. Якщо мама працює неофіційно, можуть виникнути проблеми і в такому разі тато не зможе отримати дозволу на відпустку», – пояснює член Громадської ради з гендерних питань при Міжфракційному об'єднанні «Рівні можливості» у Верховній Раді України Н. Байдук [5]. Для прикладу в європейських державах право на декретну відпустку мають і чоловіки і жінки незалежно від виду трудового договору. Для забезпечення рівності кожному з батьків надається однаковий термін використання відпустки. Це також пов'язано з тим, що дитина потребує уваги кожного з батьків. Чоловіки частіше беруть такі відпустки в країнах, де рівень компенсації заробітної плати дорівнює або близький 100%, а також в країнах, де невикористання такої відпустки призводить до її втрати [6]. На жаль, в Україні більшість «чоловічих» зарплат є вищими від «жіночих», а тому їх ніхто не хоче втрачати. До того ж в національному законодавстві не йдеться про компенсацію у випадку декрету для чоловіків. Тому це також є черговою причиною відсторонення чоловіків від декретних відпусток.

Таким чином, можна підсумувати, що в багатьох державах-членах Європейського Союзу практика запровадження батьківської відпустки розпочалась ще з кінця 70-х рр. ХХ ст. Тому з наближенням до стратегічної мети – повноправного членства в ЄС – Україна як держава має докласти зусиль у формуванні відповідного правового, організаційного та фінансового підґрунтя для забезпечення рівних прав і можливостей подружжя як батьків та розбудови партнерських сімейних відносин. А українське традиційне суспільство має «дозріти» до використання подібної європейської практики.

Список використаної літератури:

1. Council Directive 2010/18/EU implementing the revised Framework Agreement on parental leave concluded by BUSINESSEUROPE, UEAPME, CEEP and ETUC and repealing Directive 96/34/EC [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://data.europa.eu/eli/dir/2010/18/oj>.
2. Стороженко О. С. Право на відпустку по догляду за дитиною в праві ЄС: гендерний аспект / О. С. Стороженко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/15162/1/Storogenko.pdf>
3. Відпустки, пов'язані з народженням дитини у країнах Європи: материнська (декретна) та батьківська відпустки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://demostudy.blogspot.com/2012/05/blog-post_23.html
4. Пузіна О. Відпустка для тата: охочих немає / О. Пузіна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://m.dw.com/uk/>
5. Кобиляцька В. Декрет чоловіків як тренд / В. Кобиляцька [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://povaha.org.ua/dekret-dlya-cholovikiv-yak-trend/>
6. Святун О. В. Імплементация директиви 2010/18/EU про відпустку по догляду за дитиною в державах-членах ЄС / О. В. Святун [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zp-ok-pmgu.com/files/3150-11580-1-PB.pdf>

Науковий керівник: к.і.н., доцент кафедри державно-правових дисциплін Лубко І. М.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ ПРАВОВОЇ ОСВІТИ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ

Проблема правової освіти широких верств населення сьогодні набула особливої актуальності. Викликає вона науковий інтерес і у фахівців з теорії держави та права. Розглядаючи її, вони, так чи інакше, звертаються й до аналізу свідомості, зокрема правосвідомості, особистості як однієї з форм регулювання та управління її взаємодії з дійсністю. Так, за визначенням О. Скакун, правова освіта – це цілеспрямований процес правового навчання в системі освіти юридичного (професійно-правового) і неюридичного профілю, що полягає у передаванні, нагромадженні і засвоєнні знань, умінь і навичок правового характеру, а також самоосвіта людини, що загалом має особливе значення для формування правової культури і правової свідомості [10, с. 116].

Правова освіта – важлива частина загальної культури громадянина, запорука розвитку у нього політичної та правової свідомості (позитивної чи негативної), умова, за якої право стає регулятором життя, а не перешкодою на життєвому шляху особи. Особлива роль правової освіти в Україні сьогодні зумовлена тим, що саме вона має стати визначальним чинником становлення громадянського суспільства й демократичної правової держави, громадяни якої зможуть жити в соціально-правовій злагоді одне з одним, з державою, владою, політичними партіями, громадськими рухами та організаціями. Відтак, на правову освіту покладається завдання щодо забезпечення у членів соціуму розвитку такого рівня правосвідомості, за якого кожен з них дотримується правових норм не тому, що боїться юридичної відповідальності, а завдяки внутрішній потребі у цьому, відповідним особистим переконанням.

Основою законодавства про правову освіту населення в Україні є Конституція України. Так, ст. 53 документу закріплює право кожного на освіту, а, згідно з ч. 2 ст. 34, кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію[2]. Останнє положення є важливим, з огляду на те, що зміст правової освіти населення становить правова інформація як сукупність будь-яких відомостей про право, його систему, джерела, реалізацію, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику.

Важливими для унормування правової освіти є такі Закони України: «Про освіту», згідно з яким, метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору[8]; «Про дошкільну освіту», який передбачає опанування знаннями про загальні та правові правила поведінки в соціумі і формування вмій їх використовувати[5]; «Про загальну середню освіту», відповідно до якого, правова освіта є частиною загальної середньої освіти[6]; «Про вищу освіту», згідно зі ст. 26 якого, основним завданням закладу вищої освіти є формування особистості шляхом патріотичного, правового, екологічного виховання, утвердження в учасників освітнього процесу моральних цінностей, соціальної активності, громадянської позиції та відповідальності, вміння вільно мислити[4].

Важливим актом є Національна програма правової освіти населення (далі – Програма), мета якої – підвищення рівня правової освіти, створення належних умов для набуття громадянами правових знань та забезпечення їх конституційного права знати свої права та обов'язки. Правова освіта визнана обов'язковою в усіх дошкільних виховних, середніх загальноосвітніх, професійних навчально-виховних, вищих навчальних закладах, закладах підвищення кваліфікації і перепідготовки кадрів[7], тобто, це – багаторівнева система надання знань людині про право на кожному етапі (рівні) її розвитку.

З плином часу основні ідеї документу не втратили своєї актуальності, оскільки, масовим явищем залишається правовий нігілізм. Одним із шляхів його подолання, згідно з Програмою, є поширення правової освіти з метою підвищення рівня правової освіченості, правової культури, правосвідомості громадян. Виконання цього завдання покладено на Міністерства,

інші центральні органи виконавчої влади, основна роль серед яких відведена Міністерству юстиції України (далі–Міністерство) як центру пропагування правової освіти. При Міністерстві діє Директорат з прав людини, доступу до правосуддя та правової обізнаності, в складі якого функціонує експертна група з правової освіти, що має на меті забезпечення виконання завдань, покладених на Міністерство, щодо формування державної політики у сфері правової освіти, участь у проведенні консультацій із заінтересованими сторонами з метою залучення їх до процесу формування державної політики у сфері правової освіти; вивчення, узагальнення і врахування результатів таких консультацій під час аналізу стану справ у відповідній сфері, участь у процесі стратегічного планування, підготовці пропозицій до планів пріоритетних дій Уряду та планів діяльності Міністерства у сфері правової освіти та участь у заходах з інформування громадськості щодо засад державної політики Міністерства у сфері правової освіти, підготовці методичних рекомендацій.

Головні територіальні управління юстиції в областях розробляють локальні програми для певної області, які затверджуються головою обласної державної адміністрації. Наприклад, у Кіровоградській області дана програма затверджена 11 січня 2016 року та діє до 2020 року. При Головних територіальних управліннях Міністерства діють обласні міжвідомчі координаційно-методичні ради з питань правової освіти населення. Вони є постійно діючими консультативно-дорадчими міжвідомчими органами, які створені з метою координації та організаційно-методичного забезпечення діяльності місцевих органів виконавчої влади, установ, організацій з питань правової освіти населення області [3].

Перелічені та інші органи, виконуючи покладені на них завдання у сфері правової освіти, керуються принципами, які О. Іваній поділяє на загальні (основні) та допоміжні. Основними є такі принципи: державно-вольовий та нормативно-правовий характер правової освіти, її нерозривний зв'язок із законністю і правопорядком. Допоміжними принципами є: цілеспрямованість, науковість, системність, послідовність і наступність, органічний зв'язок правової освіти з повсякденним життям, здійснення правової освіти в колективі та за допомогою колективу, усеохопність правової освіти, врахування вікових та інших індивідуально-особистісних особливостей громадян, поєднання вимогливості й поваги до особи в процесі правової освіти, поєднання методів переконання, заохочення та примусу тощо [1, с. 44].

Особливу роль відіграє принцип системності. За визначенням Л. Рябовол, система правової освіти – цілісність, сукупність компонентів, які у взаємодії та взаємозв'язках забезпечують виконання поставлених перед нею завдань і досягнення запланованого результату [9, с. 54]. Слід зазначити, що на її розвиток впливає увесь процес правотворчості, реалізації та застосування права державними органами України, стан законності і правопорядку.

Загалом, система правової освіти населення України потребує удосконалення, зокрема, у контексті процесів інтеграції нашої держави в європейський та світовий правовий та освітній простір.

Список використаних джерел та літератури:

1. Іваній О. М. Правова освіта як засіб формування громадянського суспільства. *Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Юриспруденція*. 2016. (№ 22). С. 42-45.
2. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
3. Обласна програма правової освіти населення на 2016-2020 рр. : розпорядження голови Кіровоградської обласної державної адміністрації № 6-р. від 11.01.2016 р. URL: <http://www.kr-admin.gov.ua/Rozpor/Ua/2016/6.pdf>
4. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 155618. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
5. Про дошкільну освіту: Закон України від 11.07.2001 р. № 2628-III. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2628-14>
6. Про загальну середню освіту: Закон України від 13.05.1999 р. № 651-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/651-14>
7. Про національну програму правової освіти населення: Указ Президента України від 18.10.2001 № 992/1001. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/992/2001>
8. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>

9. Рябовол Л. Т. Правова освіта населення України: системний підхід. Наукові записки Кіровоградського державного університету імені Володимира Винниченка. Серія: Право. 2017. (№ 1). С. 49-55.
10. Скакун О. Ф. Теорія права і держави : підручник. Київ: Правова єдність, 2011. 525 с.

Науковий керівник: доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри державно-правових дисциплін та адміністративного права Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені Володимира Винниченка Рябовол Л. Т.

М. О. Слопило

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

DUMB LAWS TA ЇХ МІСЦЕ В ПРАВОВІЙ СИСТЕМІ США

Належність США до країн прецедентного права зумовила появу та розвиток на їх теренах досить незвичного явища. У наукових колах воно отримало загальну назву «dumb (strange, weird, ridiculous) laws», що буквально перекладається як «чудернацькі, незвичні, безглузді закони». До них належать акти, положення яких є абсурдними через низку різноманітних причин.

Оскільки подібні закони приймаються (приймалися) переважно в країнах англо-американської правової сім'ї, то їх дослідженням займаються передусім зарубіжні вчені. Це, наприклад, Б. Майкелсон, Д. Евон, М. Хендлі, С. Дах, П. Рейнольдс. Окрім того, поняття «dumb laws» активно обговорюється не лише на науковому, а й на побутовому рівні. У США функціонують десятки організацій і товариств, що виступають за їх якнайшвидше скасування. Метою нашої статті є визначення причин появи безглузвих законів та їх вплив на правове життя США.

Засоби масової інформації рясніють повідомленнями про величезну кількість таких законів. Так, наприклад, в Алабамі заборонено відкривати парасольку на вулиці та грати у доміно в неділю, в Айдахо заборонено рибалити, сидячи на верблюді, в Арізоні під загрозою штрафу заборонено класти спати осла у ванній, в Оклахомі собакам заборонено збиратися в групи, кількістю три і більше, якщо вони не мають спеціального дозволу, підписаного мером міста тощо [1]. Частина них є відвертою містифікацією, втім окремі мають конкретні причини та передумови прийняття. Наприклад, у Каліфорнії законом заборонено облизувати жаб. На перший погляд закон видається абсолютно безглуздим, якщо не знати, що на південному заході США (тобто у Каліфорнії) мешкає небезпечний вид жаб *Bufo alvarius*, які виробляють галюциноген – буфетонін, внесений до списку наркотичних препаратів. Після того як було зафіксовано кілька випадків облизування жаб підлітками, це було визнано одним із способів вживання наркотиків. Тому прийняття такого закону було способом убезпечити молодь та інші категорії громадян від цього явища.

Ще одним прикладом може слугувати закон, відповідно до якого в Арізоні можна отримати до 25 років ув'язнення за вирубування кактусів. Йдеться не про всі, а про конкретний вид кактусів – велетенські кактуси Сагуаро, які виростають до 15 метрів, живуть близько 200 років і є символом вказаного штату. Цілком зрозуміла й причина прийняття подібного закону – прагнення зберегти навколишнє середовище та автентичність місцевої природи. Наразі, в Арізоні цей закон дещо видозмінено – дії, пов'язані з вирубкою, псуванням, браконьєрством Сагуаро віднесені до злочинів четвертого класу (class four felony). Термін позбавлення волі за них становить від одного до 3,75 років [2].

У тому ж штаті заборонено полювати на верблюдів. Армія США свого часу використовувала верблюдів як тяглову силу. Місцеві жителі, незнайомі з військовими експериментами, сприйняли двогорбих тварин як новий вид диких тварин та розпочали полювання на них. Цим самим вони завдали шкоди обороноздатності країни. Верблюди були звільнені з військової служби і наразі в пустелях штату проживають дикі верблюди, полювати на яких й досі заборонено.

Окремі dumb laws мають дуже давню історію. Так, у штаті Техас чоловікам заборонено носити з собою кусачки. Закон було прийнято ще в часи Дикого Заходу, коли шахраї могли викрадати худобу, перерізаючи за їх допомогою огорожу. Подібні крадіжки стали настільки частими, що довелося заборонити кусачки. В Алабамі заборонено навчати ведмедів спортивній боротьбі. У 1800-х рр.. боротьба ведмедів була дуже популярною розвагою, але через її значну небезпеку довелося ухвалити вказаний закон [3].

Ще один чудернацький закон – заборона бань у Каліфорнії – має дуже серйозну причину. Цей закон було прийнято наприкінці 1980-х рр., коли виявилось, що більшість гомосексуалістів, хворих на СНІД, заразилися ним у публічних банях. Закон було ухвалено для того, щоб запобігти подальшому поширенню хвороби.

Інколи чудернацькі закони є реакцією влади штату на заповзятливість його жителів. Так, у м. Мобіл (Алабама) жінкам заборонено носити взуття на підборах-шпильках. Це пов'язано з тим, що одна жінка, наступивши на риштак у вказаному взутті, пошкодила ногу. Звернувшись о суду, вона довела провину місцевої влади та виграла справу. Влада штату вирішила запобігти наступним позовам і прийняла відповідний закон.

Однією з причин появи dumb laws є належність США до країн прецедентного права. У США законодавство і прецеденти є первинними та конкуруючими джерелами права. Кожне з них не виводиться з іншого, хоча прецедент підпорядкований законодавству в тому сенсі, що закон завжди його може анулювати [4, 60]. Втім, це відбувається не завжди і рішення з конкретних справ збільшують кількість dumb laws. Наприклад, внаслідок конкретного судового рішення у м. Хартфорд (штат Коннектикут) заборонено переходити дорогу на руках.

Таким чином, dumb laws є невід'ємною частиною правової системи США. У найбільш широкому розумінні до них входять як закони, так і судові прецеденти, ухвалені через різні причини. Свою абсурдність вони здобули або через зміну історичної ситуації чи періоду, під час якого вони були прийняті, або через прагнення місцевої влади убезпечити себе від позовів з боку населення, гарантувати правопорядок та ін. Досить часто dumb laws стають об'єктом нищівної критики, однак, попри це, вони є унікальним джерелом правової історії Сполучених Штатів.

Список використаних джерел:

1. 50 Dumb Laws From Across the United States. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.worldatlas.com/articles/50-dumb-laws-across-the-united-states.html>
2. Safety of native plants protected under Arizona law. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cronkitezine.asu.edu/spring2010/arizonalaws/nativeplants.html>
3. Owens K. It's Illegal to Do What? Strange Laws and Why They Exist / K. Owens. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://law.marquette.edu/facultyblog/2018/04/24/its-illegal-to-do-what-strange-laws-and-why-they-exist/#more-27657>
4. Майданик Р. Англійський судовий прецедент як джерело права / Р. Майданик // Юридична Україна. – 2013. – №1. – С. 52–61.

Науковий керівник: к.і.н., доцент Коваль Т.В.

О. В. Шевченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

АНДРІЙ ЛІВИЦЬКИЙ – ВИДАТНИЙ ВІТЧИЗНЯНИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТА ПОЛІТИЧНИЙ ДІЯЧ

Андрій Миколайович Лівіцький є центральною постаттю часів Української Революції 1917 – 1921 рр. та Української Народної Республіки в екзилі. Його діяльність мала вирішальне значення в становленні та збереженні державницької традиції в еміграції, яка дійшла аж до незалежності сучасної України. Спробуємо дізнатися, як саме Лівіцький досягнув поставленої мети.

Народився майбутній політик 9 квітня 1879 р. на Золотоніщині. Походив із старого козацького роду. Одержав освіту в Прилуках та Києві. У роки студентства починав займатися політичною діяльністю, за що багато разів був ув'язнений. Проте це його не злякало, тому 1901 р. став одним із засновників Революційної української партії (РУП), а 1905 р. увійшов до Української соціал-демократичної робітничої партії (УСДРП). Активний учасник Української Революції займав численні посади на Полтавщині, пізніше став членом Української Центральної Ради. Входив до складу української делегації на переговорах у Брест-Литовську.

У період Гетьманату Павла Скоропадського був усунутий з посади губерньського комісара, тому входив до складу Українського національного союзу, діяльність якого була спрямована проти гетьманської політики. За часів Директорії стає міністром юстиції, а згодом ще й міністром закордонних справ.

Із жовтня 1919 р. головна діяльність А. Ливицького стосувалася дипломатичної місії УНР в Польщі. В одному з численних листів до свого друга, також політичного діяча, Ісаака Мазепи щодо встановлення українсько-польського кордону 12 квітня 1920 р. він писав: «На нашому боці є шерех людей, які нас підтримують. Коли нам зроблять, нарешті, пропозиції, відповідаючі нашій національній гідності, то я для остаточного вирішення справи прибуду до Кам'янця. Але боюся, що таких пропозицій не буде, і наші ілюзії про союз з Польщею розвіються. Певно, нарешті, нам запропонують р. Стир, але на такий кордон я погодитись не можу. Лише р. Західний Буг може, до певної міри, забезпечити наші державні інтереси. Визнання і найширшу допомогу нам гарантують» [1]. Проте згодом було підписано Варшавський договір, де кордон проходив по р. Збруч.

В уряді УНР, який очолював В'ячеслав Прокопович, обіймав посади заступника голови Ради Міністрів та міністра юстиції. Після трагічного для України Зимового походу кінця 1921 р. відстояв необхідність продовження діяльності уряду УНР поза межами України. Ольга Малюта свідчить: «1920 р. на еміграцію вийшла «держжава» – Державний Центр Української Народної Республіки. Основним своїм завданням... визначив відновлення суверенної Української держави та підготовку до встановлення влади на території України. Виконавчою структурою Державного Центру УНР залишалась Рада Народних Міністрів. Головою уряду до 25 березня 1921 р. залишався А. Ливицький. Рада Народних Міністрів УНР зосередила свої зусилля на питаннях скликання парламенту, налагодження зв'язків з Україною, забезпечення ефективної дипломатичної діяльності» [2].

По загибелі Симона Петлюри став Головою Директорії УНР і Головним Отаманом військ УНР. З 1926 р. також керував Державним Центром УНР, який діяв у Варшаві, щоправда, під постійним наглядом польської поліції. «У 1946 р. в еміграції з ініціативи Президента УНР А. Ливицького було утворено Контактну комісію (очолював І. Мазепа) для підготовки легальної бази для створення українського предпарламенту в екзилі. Невдовзі по тому вона трансформувалась в Координаційний український комітет, у якому взяли участь всі діючі політичні партії та організації», – пише Ольга Малюта [2]. Через два роки Андрій Миколайович ініціював створення Української Національної Ради як законодавчого органу Державного Центру УНР, щоб об'єднати всі українські політичні сили заради незалежності України. «Представник УНР А. Ливицький, відкриваючи перше засідання, підтвердив, що своїм законопроектом, ухваленим урядом, політичні угруповання зафіксували традицію і легальність Державного Центру, визнаючи його на тридцятому році боротьби єдиною легальною репрезентацією України та українського народу» [2]. 1948 р. після реорганізації Державного центру, в складі якого було введено посаду президента, його обрали президентом УНР в еміграції. Це була найвища сходинка складної кар'єрної драбини А. Ливицького.

17 січня 1954 р. великий політичний діяч помер на 74 році життя в місті Карлсруе (Німеччина). Пізніше був перепохований на українському меморіальному цвинтарі в Баунд-Брук, що неподалік від Нью-Йорка.

22 серпня 1992 р. останній Президент УНР в екзилі Микола Плав'юк передав грамоту Державного центру УНР Президентові України Леоніду Кравчуку. Це свідчило про те, що сучасна Україна є логічним продовженням УНР в еміграції. У документі написано:

«Складаючи свої повноваження, ми заявляємо, що проголошена 24 серпня і утворена 1 грудня 1991 року народом України Українська Держава продовжує державно-національні традиції УНР і є правонаступницею Української Народньої Республіки» [3].

Як оцінюють роботу Андрія Миколайовича сучасні історики? Деякі його прославляють, інші ж, навпаки, засуджують. Богдан Гудь, директор Інституту європейської інтеграції Львівського національного університету імені Івана Франка, наголошує: «Андрія Ливицького без сумніву можна вважати одним з найбільш успішних українських дипломатів, які повинні ввійти в історію нашої дипломатії» [4]. Натомість директор Центру українознавства Київського національного університету імені Шевченка Володимир Сергійчук запевняє, що його діяльність у передвоєнний час, воєнний час і повоєнний час не була такою активною і не сприяла утвердженню авторитету уряду УНР в екзилі, як це мав би сповнити він, одержавши повноваження після смерті Симона Петлюри [4]. А професор Володимир Трощинський з приводу політичного світобачення Ливицького каже: «Справа в тому, що як послідовний демократ, прихильник демократичних цінностей Андрій Ливицький засадничо не приймав тоталітарних політичних концепцій, які були модні в 1930-ті роки і відповідно для діяльності цього [екзильного] уряду були характерні вірність парламентсько-республіканським, демократичним традиціям, чіткий державницький орієнтир. Це проявлялося і в захисті прав українських емігрантів в країнах їх перебування, налагодження зв'язків між організаційно-розпорошеними емігрантськими організаціями в різних країнах перебування» [4]. Таким чином, немає одностайної думки сучасників щодо діяльності Ливицького, оскільки одні приділяють увагу здобуткам, а інші – прорахункам.

Отже, можна зробити висновок, що Андрій Ливицький є одним із фундаторів ідеї української державності в еміграції, якій присвятив значну частину життя. Так, йому не вдалося відновити бажану незалежність України, але за допомогою створення відповідних органів він зумів зберегти єдність українців та політичних сил поза її межами.

Список використаної літератури:

1. Листи Андрія Ливицького про польсько-українські переговори у Варшаві (кінець 1919 — квітень 1920 років). — Електронний ресурс. — Режим доступу: http://shron1.chtyvo.org.ua/Mikhailova_Olena/Lysty_Andriia_Livytskoho_pro_polsko-ukrainski_perehovory_u_Varshavi_kinets_1919_kviten_1920_rokiv.pdf

2. Олена Михайлова. Органи влади ЗУНР та УНР в екзилі у 20–40-і рр. ХХ ст.: боротьба за національну державність як форму організації повсякденного життя української еміграції / О.Малюта // Україна ХХ ст.: культура, ідеологія, політика: Зб. ст. — К., 2007. — Вип. 12. — С. 287-308. — Бібліогр.: 74 назв. — укр. — Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/77651>

3. 1992: останній президент УНР передає Кравчуку клейноди Електронний ресурс. — Режим доступу: <http://www.istpravda.com.ua/videos/2012/01/22/69657/>

4. “Країна Інкогніта”. Андрій Ливицький. / Сергій Грабовський. — Електронний ресурс. — Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/915284.html>

Науковий керівник: к.ю.н., доцент Волошкевич Г. А.

М.-Т.Я. Шибанова

Київський національний лінгвістичний університет

ПРОБЛЕМИ РАТИФІКАЦІЇ СТАМБУЛЬСЬКОЇ КОНВЕНЦІЇ В УКРАЇНІ

Питання захисту жінок від насильства та домашнього насильства вже протягом багатьох років є предметом правових дискусій. І саме тому “держави-члени Ради Європи та інші держави, осуджуючи всі форми насильства стосовно жінок і домашнього насильства, визнаючи те, що реалізація de jure та de facto рівності між жінками та чоловіками є ключовим елементом у запобіганні насильству стосовно жінок, прагнучі створити Європу, вільну від насильства стосовно жінок і домашнього насильства” [1] домовилися закріпити свої цілі та підписали Конвенцію Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами (далі – Стамбульська конвенція) 11 травня 2011 року у Стамбулі.

Цей документ зробив вагомий внесок у сферу захисту жінок від насильства. Окрім того він сприяє ліквідації всіх форм дискримінації щодо жінок та заохочує до соціальної, правової рівності між жінками та чоловіками. Саме тому вже протягом останніх років все більше країн підписує та ратифікує цю Конвенцію. Станом на 2 березня 2019 року, загальна кількість країн що підписали даний акт складає 33 держави, проте деякі країни лише підписали Конвенцію, не ратифікувавши її, серед яких, на превеликий жаль, і Україна [2].

Питання ратифікації Стамбульської конвенції вже довгий час турбує українське суспільство. Не дивлячись на той факт, що і Рада Європи, і Президент закликають ратифікувати даний акт, Верховна Рада України не поспішає приймати рішення. Скоріш за все це викликано неоднозначним розумінням того, які саме питання регулюються даним документом та визначеннями, що розуміються не тільки неоднозначно, а і з певними побоюваннями.

Із застереженнями щодо цієї Стамбульської конвенції виступила Рада церков і релігійних організацій. “Ці побоювання підкріплюються тим, що конвенція гарантує захист від дискримінації за ознакою “гендерної ідентичності” та “сексуальної орієнтації”, що робить поняття “гендер” залежним не від природних статевих ознак, а від самоідентифікації особи”, – йдеться в повідомленні [3]. “Такий викривлений підхід, на думку Ради церков, може зробити Стамбульську конвенцію інструментом для популяризації в українських школах і університетах нових “гендерних ролей” та одностатевих стосунків”.

В той час, представниця Міжнародної жіночої ліги за мир і свободу Ніна Потарська називає це маніпуляцією, бо жодного прямого посилання на конвенцію в заяві Раді церков не бачить. “Там не йдеться про викладання в школах і взагалі не мовиться про сексуальну орієнтацію, крім випадків порушення прав і захисту людей у випадках насильства”. У слові “гендер” немає нічого, що може загрожувати церкві, переконана спеціаліст. Якщо читати Стамбульську конвенцію, то вона направлена на захист прав людей, які переживають насильство, зауважує Потарська [3].

Цю думку також поділяє народна депутатка, представниця Президента України у Верховній Раді України Ірина Луценко, яка на форумі, присвяченому проблемі насильства щодо жінок, заявила, що в парламенті не вистачає голосів, щоб ратифікувати Стамбульську конвенцію, і погоджується з тим, що церква відіграє негативну роль в даному питанні, оскільки веде активну агітацію проти конвенції і має вплив на значну частину суспільства [3].

Проте, не дивлячись на той факт, що процес прийняття Конвенції як суспільством на побутовому рівні, так і народними депутатами на законодавчому рівні проходить досить повільно, позитивні моменти та прогрес все ж наявні. Перш за все, варто звернути увагу на прийняття Закону України “Про запобігання та протидію домашньому насильству” від 07 грудня 2018 року. І хоча згідно з пояснювальною запискою закон має імплементувати положення Конвенції, проте Верховна Рада України прийняла його, попередньо прибравши усі норми, пов’язані з насиллям через сексуальну орієнтацію та зумовлену гендерними особливостями, зазначила народна депутатка Світлана Заліщук. І хоча це можна вважати маленькою перемогою, проте “варто не втрачати пильності та вимагати ратифікації Стамбульської конвенції”, закликала адвокатка та письменниця Лариса Денисенко [4].

Водночас, варто відмітити такі позитивні моменти закону, як закріплення на законодавчому рівні таких понять як “домашнє насильство”, “економічне насильство”, “психологічне насильство” та “сексуальне насильство”. Також зроблено перші спроби визначити організаційно-правові засади запобігання та протидії домашньому насильству, основні напрями реалізації державної політики у сфері запобігання та протидії домашньому насильству, спрямовані на захист прав та інтересів осіб, які постраждали від такого насильства [5].

Ще одним позитивним моментом, стало прийняття Закону України “Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України з метою реалізації положень Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами”, який набрав чинності 11 січня 2019 року [6]. Цим

законом було введено кримінальну відповідальність за домашнє насильство (ст. 126-1), незаконне проведення аборту або стерилізації (ст. 134) примушування до шлюбу (ст. 151-2), зґвалтування (ст. 152), запровадження обмежувальних заходів щодо особи, яка вчинила домашнє насильство (ст. 91-1), а також було введено кримінальну відповідальність за невиконання обмежувальних заходів або обмежувальних приписів, або непроходження програми для кривдників (ст. 390-1) [6]. Також даним законом було запроваджено поняття “добровільної згоди”, яке викликало низку запитань та критику, в якій було згадано поняття так званого “подружнього обов’язку”.

Варто зазначити, що даного визначення закріпленого в законі не має і не було до відповідних змін. Нажаль, і до внесення відповідних змін у законодавство, зґвалтування в шлюбі було, але це було складно довести з точки зору закону, пояснює директорка департаменту правової та соціальної допомоги громадської організації “Ла Страда – Україна” Марина Легенька [7].

Існує досить упереджена думка, що тепер стане більше справ, коли один з подружжя буде подавати позов, звинувачуючи іншого в порушенні тієї чи іншої статті Кримінального кодексу України, і залишатися безкарними, оскільки норми сформульовані не чітко. Проте, не варто забувати, що статтею 383 Кримінального кодексу України передбачена кримінальна відповідальність за завідомо неправдиве повідомлення про вчинення злочину [8].

Підсумовуючи вищезазначене, можна дійти наступних висновків, що не дивлячись на факт прийняття законів щодо запобігання та протидії насильства над жінками дане питання потребує подальшого врегулювання на законодавчому рівні. Саме шляхом ратифікації Стамбульської конвенції Україна впровадить комплексний підхід до боротьби з насильством щодо жінок і домашнім насильством.

Список використаних джерел:

1. Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами (Стамбульська конвенція) Довідник для членів парламенту.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://rm.coe.int/1680096e45>
2. Chart of signatures and ratifications of Treaty 210. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://www.coe.int/en/web/conventions/full-list/-/conventions/treaty/210/signatures>
3. Чому в Україні бояться слова «гендер»? .[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.radiosvoboda.org/a/details/28764912.html>
4. Верховна Рада сказала «Ні» домашньому насильству: крок уперед чи в сторону? .[Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://povaha.org.ua/verhovna-rada-skazala-ni-domashnomu-nasyilstvu-krok-upered-chy-v-storonu/>
5. Закон України “Про запобігання та протидію домашньому насильству” від 07.12.2018 .[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2229-19#n6>
6. Закон України “Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України з метою реалізації положень Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами” від 06.12.2017 .[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2227-19>
7. Навіщо нам брешуть про розписку на секс .[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hromadske.radio/podcasts/radianok/navishcho-nam-breshut-pro-rozpysku-na-seks>
8. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 .[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2341-14>

Науковий керівник: к.ю.н., доцент кафедри права факультету економіки і права Київського національного лінгвістичного університету Сердюк Н.А.

**ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ
ТА АДМІНІСТРУВАННЯ.
ДЕРЖАВНА СЛУЖБА**

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СУЧАСНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Коли Україна здобула незалежність, то перед нею постали складні завдання проведення низки реформ у різних сферах суспільно-політичного життя країни. Питання реформування та модернізації держави є на сьогодні одним із важливих пріоритетів української влади. Сучасний розвиток України як успішної, міцної європейської держави неможливий без втілення у життя реальних реформ, у тому числі й адміністративних. Однією з важливих складових розвитку держави є кадрове забезпечення реформ, активізація і професіоналізм державних службовців, нарощування та ефективне використання кадрового потенціалу [1].

Під час проведення адміністративної реформи в Україні було розроблено низку документів стосовно кадрової політики держави, більшість із яких має практичне спрямування. Серед основних документів потрібно виділити «Стратегію державної кадрової політики на 2012-2020 рр.» [2], як найбільш актуальний для сучасного етапу розвитку держави документ, а також такі законодавчо-правові акти, як закони України «Про державну службу» [3] та «Про службу в органах місцевого самоврядування» [4].

При дослідженні «Стратегії державної кадрової політики України» можна виділити її основні напрями.

1. Підготовка кадрів: прогнозування, формування та забезпечення виконання державного замовлення на підготовку кваліфікованих фахівців; розроблення національної системи оцінювання якості освіти; підвищення престижу робітничих професій; наявність державного гарантування працевлаштування та кар'єрного зростання після здобуття післядипломної освіти.

2. Підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів: модернізація системи підвищення кваліфікації та перепідготовки кадрів з урахуванням специфіки галузі чи сфери управління; запровадження системи безперервного професійного навчання кадрів.

3. Державне регулювання професійної діяльності: детінізація ринку праці, попередження зловживань роботодавців у трудових відносинах з працівниками; запровадження періодичного та ефективного оцінювання результатів професійної діяльності працівників та її стимулювання; удосконалення механізму конкурсного відбору на зайняття посад; удосконалення системи оплати праці; подолання існуючого дисбалансу в оплаті праці працівників вищих і нижчих категорій.

4. Соціальний захист працівників: створення дієвої системи соціального захисту населення; реформування системи соціального страхування; відновлення та збільшення відомчого житлового фонду, розроблення ефективного механізму пільгового кредитування для придбання житла; створення умов для розвитку соціальної інфраструктури на підприємствах, в установах та організаціях.

5. Забезпечення зайнятості населення: гарантоване забезпечення молоді першим робочим місцем; формування здатності населення до трудової мобільності, здобуття нових знань, набуття умінь і навичок відповідно до вимог тенденцій розвитку економіки; недопущення нелегальної зайнятості населення, зменшення міграційних потоків за кордон.

6. Модернізація кадрових служб: реорганізація кадрових служб у служби персоналу; покладання на служби персоналу функцій з планування добору, розстановки кадрів, підвищення їх кваліфікації та кар'єрного зростання [5].

Питання формування та реалізації кадрової політики держави в цілому та кадрових процесів і технологій, можна побачити у роботах вітчизняних учених: В. Аверянова, Г. Атаманчука, В. Борденюка, С. Вдовенка, З. Гладуна, Я. Жовнірчика, А. Крусяна, Г. Лелікова, В. Лугового, В. Малиновського, Т. Мотренка, П. Надолішнього, С. Серьогіна, В. Олуйка, Т. Пахомової, О. Оболенського та ін.

Дослідивши та вивчивши вищезгадані роботи науковців можна зробити висновок, що з самого початку набуття незалежності України питання створення самостійної державної кадрової політики стало пріоритетним для національної безпеки держави. Нормативно-правовими актами України зазначено, що державна кадрова політика має бути спрямована на створення ефективних умов формування високопрофесійних кадрів державної служби.

Формування та реалізація державної кадрової політики є досить суперечливим та складним процесом. У розробці державної кадрової політики потрібно вирізняти окремі етапи:

- розробку кадрової доктрини;
- розробку цільових та комплексних програм;
- розробку та налагодження механізмів реалізації кадрової політики;
- вироблення концепції реалізації державної кадрової політики, визначення її змісту (пріоритетів, системи цілей, принципів).

На сучасному етапі реалізації державної кадрової політики потрібно мати такі найважливіші риси:

- системність, що враховує різні аспекти кадрових питань – економічні, соціальні, моральні, соціально-психологічні тощо;
- виховання в кожному працівникові таких рис, як чесність, упевненість, громадянська відповідальність;
- демократичність за цілями, соціальною базою та механізмами розв'язання кадрових проблем;
- врахування потреб суспільства в кадрах, залучення до професійної діяльності підготовлених фахівців;
- перспективність, що має випереджальний характер, враховує соціальний прогрес, зміни характеру праці та управлінських процесів;
- наявність чіткої законодавчої бази.

Вивчення головних засад формування та реалізації сучасної державної кадрової політики України дали змогу визначити, що державна кадрова політика є найважливішим фактором зміцнення цілісності та збереження країни, соціально-політичної стабільності суспільства, одним з головних регуляторів суспільного життя країни та її громадян.

Список використаної літератури:

1. Олуйко В.М. Шляхи вдосконалення реалізації державної кадрової політики в регіонах України / В.М. Олуйко // Суспільні реформи та становлення громадянського суспільства в Україні: Матеріали науково-практичної конференції / За заг. ред. В.І. Лугового, В.М. Князева. – К. : Вид-во УАДУ, 2001. – Т.1.
2. Указ Президента України «Про Стратегію державної кадрової політики на 2012-2020 роки» від 01.02.2012 р. № 45/2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/45/2012>
3. Про державну службу: Закон України від 15 грудня 2015 року № 889-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
4. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України від 7 червня 2001 року № 2493-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
5. Жовнірчик Я. Ф. Стаття у Інвестиції: практика та досвід / Я. Ф. Жовнірчик. – № 12 /2017.

Науковий керівник: к. держ. упр., доцент Самойленко Л. Я.

І. М. Гужва

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

БОРОТЬБА З КОРУПЦІЄЮ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ

Нині проблема боротьби з корупцією набуває актуальності за рахунок свого масштабу, можна без сумніву сказати, що кожна сфера життєдіяльності охоплена даним явищем и воно розвивається та прогресує. Корупція - це використання особою, зазначеною у частині першій статті 3 Закону України « Про запобігання корупції», наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей з метою одержання неправомірної вигоди або

прийняття такої вигоди чи прийняття обіцянки/пропозиції такої вигоди для себе чи інших осіб або відповідно обіцянка/пропозиція чи надання неправомірної вигоди особі, зазначеній у частині першій статті 3 закону, або на її вимогу іншим фізичним чи юридичним особам з метою схилити цю особу до протиправного використання наданих їй службових повноважень чи пов'язаних з ними можливостей.

Головною метою державної політики у сфері боротьби з корупцією є створення дієвої системи запобігання і протидії проявам корупції, виявлення та подолання її соціальних передумов і наслідків, викриття корупційних діянь, обов'язкової відповідальності винних у їх вчиненні.

Законами України "Про державну службу" та "Про боротьбу з корупцією" передбачено здійснення заходів щодо недопущення проявів корупції серед державних службовців та інших осіб, уповноважених на виконання функцій держави, дисциплінарну і адміністративну відповідальність за скоєння ними корупційних діянь, порушення спеціальних обмежень.

Президентом України та Кабінетом Міністрів України приділяється постійна увага, здійснюються заходи щодо боротьби з корупцією, запобігання її проявам. На виконання зазначених актів прийнято відповідні рішення Кабінету Міністрів України, зокрема: "Про стан виконання законів України "Про боротьбу з корупцією" та "Про державну службу", "Про заходи щодо підвищення кваліфікації працівників органів державної влади та органів місцевого самоврядування з питань боротьби з корупцією", "Про затвердження плану заходів, спрямованих на боротьбу з корупцією, на 2004 рік", "Про затвердження плану заходів щодо створення та забезпечення функціонування системи державного фінансового контролю за декларуванням та витрачанням доходів особами, які претендують на зайняття посад державних службовців, та особами, уповноваженими на виконання функцій держави, посилення боротьби з приховуванням доходів від оподаткування та корупцією", інші нормативно-правові документи.

Постійна увага з боку керівництва держави щодо боротьби з корупцією та запобігання її проявам має певні результати, про що свідчать статистичні дані.

За 9 місяців 2018 року до адміністративної відповідальності за вчинення корупційних діянь притягнуто 1 527 державних службовців, що на 3% менше ніж за відповідний період минулого року (1 571).

Разом з тим, робота у зазначеному напрямі продовжується:

- вживаються заходи, спрямовані на посилення боротьби з корупцією та організованою злочинністю, зокрема вдосконалюються норми щодо посилення відповідальності осіб, винних за вчинення корупційних діянь, незалежно від займаних ними посад і їхнього статусу.

Відповідно до стратегічного напрямку запобігання соціальним передумовам корупції, доцільно:

- удосконалити законодавчі норми щодо забезпечення прозорості перевірки одержаних прибутків та здійснених витрат членами Кабінету Міністрів України, керівниками центральних та місцевих органів виконавчої влади та їх заступників, державними службовцями, посадовими особами місцевого самоврядування та іншими особами, уповноваженими на виконання функцій держави;

- прийняти кодекс поведінки осіб, які працюють на виборних посадах, включаючи депутатів, передбачивши у ньому можливість ознайомлення виборцями з прибутками та витратами їхніх обранців.

Зацікавленим сторонам суспільства необхідно здійснити запобіжний вплив на соціальні передумови корупції серед державних службовців за такими напрямками:

- створення всіма економічними, організаційно-управлінськими, професійно-освітницькими, морально-психологічними засобами механізму виховання у працівників усіх рівнів, зайнятих наданням послуг населенню, порядності, ввічливості, чесності, високого професіоналізму, особливо за умов платного надання послуг.

Одним із головних напрямів має бути створення умов, які б обмежували безпосередній контакт з клієнтом і таким чином унеможлилювали скоєння корупційних діянь державними службовцями.

Єдиною метою зусиль усіх державних органів у цьому напрямі є забезпечення дотримання прав і свобод громадян, як найповнішої реалізації їхніх законних інтересів. Урешті-решт "споживач" державних послуг – це громадянин, конкретна людина. Єдиним чинником ефективності роботи у цьому випадку є те, наскільки ця людина задоволена виконанням зобов'язань, які бере на себе держава.

Список використаної літератури:

1. Конституція України від 28 червня 1996 р. //Відомості Верховної Ради України.-1996.-№30.-ст.141.
2. Закону України «Про запобігання корупції» від 14 жовтня 2014 року № 1700-VII.
3. Молдован Е.С. Напрями запобігання та протидії корупції на державній службі: морально-ідеологічний аспект. – С. 3-5. Електронне джерело <http://www.academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10mesmia.pdf>

Науковий керівник: к. політ. н., доцент Іщенко О. М.

З. І. Зайцева

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МОТИВАЦІЯ ПРАЦІ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ

На сучасному етапі розбудови державної служби в Україні, все гостріше відчувається необхідність підготовки висококваліфікованих державних службовців, які спроможні ефективно та в найкоротші терміни реалізувати в країні реформи.

Основними виконавцями прогресу змін у реалізації державної політики є державні службовці. Саме на них покладено обов'язки запроваджувати та застосовувати до виконання методи, передбачені реформаторами. Тож, для якісної, ефективної та результативної роботи працівниками органів виконавчої влади необхідно мотивувати працівників гідними умовами праці. Найперше, це матеріальна та моральна мотивація.

Реформа державної служби України впроваджується вже декілька років. Її метою є створення ефективної діяльності державних службовців за рахунок усунення негативних факторів, що заважають роботі. Головними причинами своєї неефективної роботи, працівники державних органів, зазначали низьку мотивацію та нестабільність роботи.

Матеріальна мотивація трудової діяльності залежить від цілого ряду чинників, а саме: рівня і структури особистого доходу; матеріального забезпечення наявних грошових доходів; дієвості системи стимулів, що застосовуються в організації. Мотивація є важливим фактором результативності роботи. Зв'язок мотивації з результатами праці опосередкований природними здібностями і набутими навичками праці, оскільки мотивація є джерелом діяльності державного службовця [1].

Науковці визнають, що моральна мотивація виражається в повазі до державного службовця та його праці, довірі до нього з боку керівництва та безпосередньо впливає на його працездатність, підвищуючи продуктивність праці [1].

Держава здійснює кроки, щодо покращення умов праці, попри те можемо спостерігати значний відтік кадрів із державної служби та непопулярність даної праці серед населення у зв'язку із незахищеністю працівників щодо сьогоденних реалій. Наприклад: Кабінетом Міністрів України було розроблено та підписано зміни у Постанову КМУ № 102 від 06 лютого 2019 р. "Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо впорядкування структури заробітної плати працівників державних органів, судів, органів та установ системи правосуддя у 2019 році" (таблиця 1) [2]. Відповідно до них заробітна плата працівників державної служби збільшилась в середньому на 445 гривень (в цифровому еквіваленті від 300 до 880 гривень) - для державних службовців, що працюють в межах території одного або кількох районів та містах обласного значення. Порівнюючи із вищим

керівництвом державної служби на території України можемо відмітити досить значне підвищення посадового окладу: керівники державних органів – 6189 гривень та їх перші заступники – 5998 гривень. Тож, даний фактор швидше є демотивуючим ніж мотиваційним для працівників середньої та нижчої ланки органів державної влади. Проте, з цього року відповідно до Закону України «Про державну службу» фонд преміювання державного органу встановлюється у розмірі 20 відсотків загального фонду посадових окладів за рік та економії фонду оплати праці [5, п. 6 ст. 54].

Таблиця 1

Посадові оклади працівників державної служби

Назва посади	Коефіцієнт	2018	2019
Керівник державного органу	6,81	18000	23998
Перший заступник керівника державного органу	6,24	15800	21989
Керівник апарату місцевої держадміністрації	2,53	8400	8916
Керівник самостійного управління, служби	2,13	7000	7506
Керівник самостійного відділу, служби	1,93	6500	6801
Заступник керівника самостійного управління, служби	1,73	5800	6097
Керівник управління у складі департаменту, головного управління, служби	1,65	5500	5815
Заступник керівника управління у складі департаменту, головного управління, служби	1,62	5200	5709
Керівник відділу у складі департаменту, головного управління, служби, самостійного управління	1,59	5300	5603
Заступник керівника відділу у складі департаменту, головного управління, служби, самостійного управління	1,56	5200	5497
Головний спеціаліст державного органу	1,39	4100	4898
Адміністратор	1,45	4800	5110
Провідний спеціаліст державного органу	1,08	3500	3806
Спеціаліст державного органу	1	2643	3524

■ розмір посадового окладу на всю територію України

— розмір посадового окладу на територію одного або кількох районів, міст обласного значення

Серед державних службовців та політиків існує хибне переконання, що ефективність та якість роботи працівників напряду залежить від рівня їх оплати праці. «Дайте нам високу зарплату і ми будемо ефективно працювати» – часто саме до такої формули мотивації зводиться завдання реформи державної служби словами багатьох чинних чиновників. Але високі заробітні плати потрібно платити не за посади або компетенції, а за конкретні результати [3].

Окрім цього важливо підкреслити необхідність індивідуального підходу до кожного державного службовця для стимулювання його до праці. Наступним чинником для підвищення ефективності праці у працівників державної служби можна назвати зменшення контролю вищого керівництва органу стосовно працівників відділів, служб, секторів, які мають безпосереднього керівника. Адже, працівників відчуває на собі подвійний контроль з боку керівництва, але не подвійну мотивацію до праці. Можливо такий чинник навпаки завадить безпосередньому керівнику знайти підхід до працівника через відсутність одноосібним керування процесами в роботі даного підрозділу.

Отже, для підвищення ефективності державної служби в Україні потрібно покращити матеріальний та моральний стимул, який допоможе краще мотивувати службовців. Висока заробітна плата, справедливе преміювання, пільги, повага, розвиток та можливість розкрити свої здібності призведуть до покращення якості управлінської діяльності в нашій державі і викличе в людей підвищення довіри до влади [4].

Список використаної літератури:

1. Osvita.ua [Електронний ресурс]:[Інтернет-портал] – Електронні дані - Режим доступу: http://ru.osvita.ua/vnz/reports/gov_reg/18491/ (дата звернення 25.02.2019). – Державні службовці: мотивація трудової діяльності.
2. Про внесення змін до деяких постанов Кабінету Міністрів України щодо впорядкування структури заробітної плати працівників державних органів, судів, органів та установ системи правосуддя у 2019 році: Постанова Кабінету Міністрів України від 06 лютого 2019 р. № 102 - [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/102-2019-%D0%BF>.
3. Реанімаційний пакет реформ [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://rpr.org.ua/news/reforma-derzhsluzhby-chy-spravdi-zarplaty-vyrishuyut-vse/>.
4. Бондар В. Д. Матеріальний чинник мотивації як спосіб підвищення ефективності діяльності державних службовців в Україні [Текст] / В. Д. Бондар // Ефективність державного управління: збірник наукових праць Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України / За заг. ред. А. О. Чемериса. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2005. – № 8. – С. 233–239.
5. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015 № 889-VIII - [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19>.

Науковий керівник: к. держ. упр. Самойленко Л. Я.

А. В. Заточня

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СУТНІСНА ХАРАКТЕРИСТИКА УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В СИСТЕМІ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

Сучасні динамічні умови розвитку суспільства обумовлюють потребу в ефективності прийнятих управлінських рішень. Для цього необхідно чітко визначати особливості рішень в процесі здійснення управлінської діяльності.

Теоретико-методологічні та прикладні питання управлінських рішень як невід’ємної частини управлінського процесу розглянуті в наукових працях таких зарубіжних та вітчизняних вчених: В. Авер’янова, Г. Атаманчука, В. Бакуменка [1], Б. Литвака, В. Цветкова та інших.

За класичним уявленням, що склалося в науці управління (менеджмент), прийняття рішень ототожнювалося з вибором альтернативи. Відповідно – прийняття управлінських рішень розглядалося як вибір альтернативи при здійсненні управлінської діяльності. У сучасному управлінні прийняття управлінських рішень розглядається як суттєва частина управлінського процесу з послідовними етапами виявлення та діагностування проблемних ситуацій, розробкою альтернатив та вибором однієї з них, що найбільше задовольняє виходу з ситуації, що склалася [1, 24].

Таким чином, управлінське рішення – це свідомий акт організуючої діяльності суб’єкта управління, пов’язаний з вибором мети діяльності, а також шляхів, способів та засобів їх досягнення. Воно повинно відповідати таким вимогам: бути наукового обґрунтованим; законним; актуальним; реальним; конкретним; несуперечливим; своєчасним; інформативним [4, 6].

Складовою частиною управлінського рішення є:

–організаційне рішення – це вибір, який повинен зробити керівник для виконання обов’язків, обумовлених займаною посадою. Мета організаційного рішення – забезпечити рух до поставлених перед організацією завдань. Ці рішення бувають запрограмовані та незапрограмовані;

–раціональне рішення – це вибір, закріплений результатами об’єктивного аналізу. Воно, на відміну від заснованого на міркуваннях, не залежить від досвіду;

–програмні рішення, які базуються на звичці, заведеному порядку або процедурі й ухвалюються за типових обставин;

–не запрограмовані рішення, які слабо структуровані через нестачу інформації і

відсутність чітких цілей або завдань, встановлених процедур прийняття цих рішень;

– політичні рішення – це владні рішення, які передбачають визначення суспільної ієрархії підпорядкування і мають певні специфічні риси: всезагальний, системний імперативний характер, цілеспрямованість, ієрархічність, аналогічність тощо [4, 7].

Управлінські рішення можуть бути класифіковані за функціональним змістом, тобто стосовно загальних функцій управління:

- планові;
- організаційні;
- контролюючі;
- прогнозуючі [5, 52].

Інший принцип класифікації управлінських рішень пов'язаний з характером розв'язуваних задач:

- економічні;
- організаційні;
- технологічні;
- технічні;
- екологічні та ін.

Найчастіше управлінські рішення пов'язані не з однією, а з багатьма задачами, у тому чи іншому випадку мають комплексний характер [5, 52].

Залежно від організації розробки рішень виділяються такі управлінські рішення:

- одноособові;
- колегіальні;
- колективні.

Перевага способу організації вироблення управлінських рішень залежить від багатьох причин: компетентності керівництва, рівня кваліфікації колективу, характеру задач, ресурсів тощо [5, 52].

За характером цілей прийняті рішення можуть бути:

- поточними (оперативними);
- тактичними;
- стратегічними.

За причинами виникнення управлінські рішення поділяються на:

- ситуаційні, пов'язані з характером виникаючих обставин;
- за розпорядженням вищих органів;
- програмні, пов'язані з включенням даного об'єкта управління у визначену структуру програмно-цільових відносин;
- ініціативні, пов'язані з проявом ініціативи системи (наприклад у сфері виробництва товарів, послуг, посередницької діяльності);

– епізодичні і періодичні, які впливають з періодичності виробничих процесів у системі (наприклад, сезонності сільськогосподарського виробництва, сплавлення лісу по річках, геологічних робіт тощо) [5, 52].

Важливим класифікаційним підходом служать вихідні методи розробки управлінських рішень. До них можна віднести:

- графічні, з використанням графоаналітичних підходів (мережних моделей і методів, стрічкових графіків, структурних схем, декомпозиції великих систем);
- математичні методи, які припускають формалізацію представлень, відносин, пропорцій, термінів, подій, ресурсів;
- евристичні, пов'язані із широким використанням експертних оцінок, розробки сценаріїв, ситуаційних моделей [5, 52].

За організаційним оформленням управлінські рішення поділяються на:

- тверді, які однозначно задають подальший шлях їхнього втілення;

- ті, що орієнтують визначальний напрям розвитку системи;
- гнучкі, що змінюються відповідно до умов функціонування і розвитку системи;
- нормативні, що задають параметри протікання процесів у системі [5, 52].

Отже, можна зробити висновок, що управлінські рішення спрямовані на розв'язання конкретних управлінських завдань в системі державного управління, а їх класифікація є основою для визначення загальних та специфічних підходів до розробки, реалізації та оцінки рішень з метою підвищення їхньої ефективності.

Список використаної літератури:

1. Бакуменко В.Д. Державно-управлінські рішення: Навчальний посібник / В.Д. Бакуменко. – К.: ВПЦ АМУ, 2012. – 344 с.
2. Волошин О.Ф. Моделі та методи прийняття рішень: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О.Ф. Волошин, С.О. Машенко. – 2-ге вид., перероб. та допов. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2010. – 336 с.
3. Воронов О.І. Інтерпретація поняття «управлінське рішення» у сфері державного управління / О.І. Воронов // Державне управління та місцеве самоврядування. – 2015. – Вип. 2. – С. 38-47. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.dbuara.dp.ua/vidavnictvo/2015/2015_02\(25\)/6.pdf](http://www.dbuara.dp.ua/vidavnictvo/2015/2015_02(25)/6.pdf)
4. Романюк С.А. Прийняття та реалізація рішень у публічному управлінні: монографія / авт. кол.: С.А. Романюк (кер.) [та ін.]; за заг. ред. С.А. Романюка, В.І. Шарого. – Черкаси: видавець Чабаненко Ю.А., 2015. – 508 с.
5. Цюцюра С.В. Теоретичні основи та сутність управлінських рішень. Моделі прийняття управлінських рішень / С.В. Цюцюра, О.В. Криворучко, М.І. Цюцюра // Управління розвитком складних систем. – 2012. – Вип. 9. – С. 50-58. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://urss.knuba.edu.ua/files/zbirnyk-9/50-58.pdf>.

Науковий керівник: д. держ. упр., професор Шарий В.І.

В.В. Іванов

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ЦЕНТРІВ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Однією із найважливіших передумов ефективної діяльності Центрів надання адміністративних послуг є гарантування комплексного та узгодженого правового забезпечення, тобто розроблення відповідної нормативно-правової бази. Саме на рівні нормативно-правових актів мають створюватися пріоритетні напрями діяльності ЦНАП, визначатися коло суб'єктів, відповідальних за її реалізацію.

Правове регулювання, з одного боку, є результатом цілеспрямованого впливу держави на розвиток суспільних відносин, а з другого – фактором їх стабільності та постійності, засобом досягнення суспільно значущих інтересів у процесі забезпечення зворотного зв'язку між результатами регулювання і діяльністю держави. Запровадження нової ідеології функціонування виконавчої влади і місцевого самоврядування як діяльності щодо забезпечення реалізації прав і свобод громадян є одним із завдань досягнення мети адміністративної реформи, що визначається у Концепції адміністративної реформи в Україні [1].

Дослідивши джерела правового регулювання центрів надання адміністративних послуг, загалом можна сказати, що до них відносяться: Конституція України, Закони України, Постанови та Розпорядження Кабінету Міністрів України та інші підзаконні акти.

Всі зазначені джерела необхідно поділити на дві великі категорії, до першої з яких слід віднести ті нормативно-правові акти, які опосередковано регулюють їх діяльність. До таких законодавчих актів, зокрема, належать: Конституція України як основоположний нормативно-правовий акт держави, закони України, які регламентують порядок надання конкретних видів адміністративних послуг, наприклад, Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань», що регулює відносини, які виникають у сфері державної реєстрації юридичних осіб, їхньої символіки (у випадках,

передбачених законом), громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб-підприємців [2]; Закон України «Про землеустрій», Закон України «Про громадські об'єднання», Закон України «Про оцінку землі» та інші.

До другої категорії нормативно-правових актів, що визначають діяльність ЦНАП, необхідно віднести джерела, які безпосередньо регулюють діяльність центрів, тому дослідити їх необхідно більш детально.

Основоположним нормативно-правовим актом, який регламентує діяльність центрів надання адміністративних послуг є Закон України «Про адміністративні послуги», прийнятий 6 вересня 2012 року [3]. Саме цей закон визначає правові засади реалізації прав, свобод і законних інтересів фізичних та юридичних осіб у сфері надання адміністративних послуг. Вищевказаним законом було побудовано фундамент правого регулювання ЦНАП, оскільки він визначає державну політику у сфері надання адміністративних послуг, основні вимоги до надання адміністративних послуг, вимоги щодо якості надання адміністративних послуг, порядок та строки їх надання, порядок оплати, а найголовніше – у ст. 12 було визначено поняття та основні організаційно-правові засади центрів надання адміністративних послуг. Так, зазначена стаття закону визначає, що центром надання адміністративних послуг є постійно діючий робочий орган або структурний підрозділ місцевої державної адміністрації або органу місцевого самоврядування, в якому надаються адміністративні послуги через адміністратора шляхом його взаємодії з суб'єктами надання адміністративних послуг.

Одним із основних нормативно-правових актів, що регулює діяльність будь-якого органу або структурного підрозділу є положення про цей орган або підрозділ. Положення центрів надання адміністративних послуг створюється на основі «Примірного положення про ЦНАП», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 20 лютого 2013 року [4]. Примірне положення про центри надання адміністративних послуг регулює низку питань діяльності центрів, зокрема, при яких органах державної влади та місцевого самоврядування утворюються центри та хто приймає рішення щодо утворення, ліквідації або реорганізації центру.

Слід зазначити, що затверджене Кабінетом Міністрів України положення про центри надання адміністративних послуг є примірним і носить рекомендаційний характер. Зазвичай, орган, який утворює центр надання адміністративних послуг, копіює положення зазначеної постанови КМУ, проте може відходити від них, регулюючи певні відносини на власний розсуд. Наприклад, Положення про Центр надання адміністративних послуг Одеської міської ради майже не відрізняється від примірного положення. Натомість Положення про Центр надання адміністративних послуг міста Кропивницького має зовсім іншу структуру. Так, у вказаному положенні містяться розділи із визначенням термінів, загальними принципами роботи та принципи співпраці учасників центру, структурою центру, обов'язками суб'єктів надання адміністративних послуг та відповідальністю [5].

Ще одним джерелом правового регулювання діяльності центрів надання адміністративних послуг слугує Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Типового порядку проведення конкурсу для надання супутніх послуг, пов'язаних з наданням адміністративних послуг» від 29 травня 2013 року. Цим нормативно-правовим актом визначається загальна процедура проведення конкурсу для надання супутніх послуг у приміщеннях, в яких розміщуються центри надання адміністративних послуг, та інших приміщеннях, у яких надаються адміністративні послуги [6].

До джерел правового регулювання діяльності центрів надання адміністративних послуг слід віднести і Постанову Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку ведення Єдиного державного порталу адміністративних послуг», оскільки одним із призначень порталу адміністративних послуг є доступ суб'єктів звернення до інформації про адміністративні послуги, суб'єктів їх надання та центри надання таких послуг [7].

Таким чином, проаналізувавши нормативно-правову базу стає зрозуміло, що правове регулювання діяльності центрів надання адміністративних послуг досить розгалужене, а всі джерела правового регулювання можна розділити на дві категорії:

1. Джерела правового регулювання, що прямо не визначають діяльність центрів надання адміністративних послуг, однак опосередковано стосуються їх діяльності, наприклад, щодо порядку здійснення тої чи іншої адміністративної послуги тощо.

2. Законодавчі акти, що безпосередньо, прямо регулюють діяльність ЦНАП, серед яких переважають підзаконні нормативно-правові акти.

Список використаної літератури:

1. Про заходи щодо впровадження адміністративної реформи в Україні : Указ Президента України від 22 лип. 1998 р. № 810/98 // Офіц. вісн. України. – 1998. – № 21. – Ст. 32.

2. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань: Закон України від 15.05.2003 № 755-IV.

3. Про адміністративні послуги: Закон України від 06.09.2012 № 5203- VI.

4. Примірне положення про центр надання адміністративних послуг: Затверджено Постановою КМУ від 20 лютого 2013 р. № 118.

5. Рішення виконавчого комітету Кіровоградської міської ради «про затвердження Положення Центру надання адміністративних послуг міста Кропивницького» від 18 лютого 2014 № 59.

6. Типовий порядок проведення конкурсу для надання супутніх послуг, пов'язаних з наданням адміністративних послуг: Затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 29 травня 2013 р. № 379.

7. Порядок ведення Єдиного державного порталу адміністративних послуг: Затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 3 січня 2013 р. № 13.

Науковий керівник: к.п.н., доцент Овчаренко А. О.

Ю. О. Маліченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСНОВНІ РИСИ ІНСТИТУТУ ЦИВІЛЬНОЇ СЛУЖБИ ВЕЛИКОБРИТАНІЇ

Реформи у нашій державі були розпочаті ще за часів правління Президента Л.Д. Кучми, тобто приблизно 20 років тому, але й досі вони не набули довершених форм. Тож, врахування досвіду зарубіжних країн, поза усяким сумнівом, могло би сприяти оптимізації системи державної служби та подоланню таких основних загроз, як корупція, бюрократизм, неефективність тощо. В цьому контексті на особливу увагу заслуговує досвід Великої Британії, яка впродовж останніх двох століть пройшла значний шлях від корумпованої та заснованої на фаворитизмі і «кумівстві» держави до сучасної відлагодженої системи. Таким чином, дослідження основних особливостей цивільної служби, безперечно, видається справою не тільки цікавою, але й корисною.

Питаннями розвитку цивільної служби Великобританії свого часу займалися наступні науковці: П.І. Крайнік, С.М. Озірська, Ю.Д. Полянський, І.А. Грицяк, І.А. Василенко та ін. [1; 2; 3; 4].

Метою дослідження є виявлення та розкриття сутності основних рис цивільної служби у Великій Британії.

На відміну від інших країн, де зазвичай прийняте поняття «публічної» або «державної» служби, у Великобританії переважає поняття «цивільна служба». Це обумовлено історично, оскільки дане поняття було сформоване ще за часів Ост-Індської компанії і відповідно до його змісту чиновник в англійському праві розглядається як «цивільний слуга Корони», на відміну від її «військових слуг». Однак у юридичних джерелах Великобританії також можна знайти поняття «державна служба», яке використовується щодо обмеженої кількості посадових осіб, до яких належать: політичні діячі, військовослужбовці, працівники правоохоронних та законодавчих органів. Враховуючи, що цивільна служба у Великобританії набагато численніша за державну, загалом, саме цивільна служба заслуговує на особливо пильну увагу [1, 12].

Сучасний вигляд інституту цивільної служби у Великобританії багато в чому визначили адміністративні реформи 70-80-х років. Для їх підготовки був створений Комітет з реформи цивільної служби (Комітет Фултона), що надав Уряду доповідь, в якій запропонував

принципово нову модель цивільної служби – менеджеральну. Ідея полягала в тому, щоб запозичити раціональні та ефективні методи управління, які використовуються у бізнесі. В основу реорганізації цивільної служби була покладена американська модель адміністративно-державного управління [2, 66].

Саме поняття цивільної служби в різних джерелах формулюється по-різному. Так, у доповіді Королівської комісії з цивільної служби під головуванням Т. Томліна було надано таке визначення: «Цивільні службовці – це особи на службі Корони, що не є політичними, військовими діячами та службовцями Королівського правосуддя, які обіймають цивільні посади та винагорода яким цілком і повністю виплачується із засобів, що надаються Парламентом». Пізніше було запропоновано таке визначення: «Цивільна служба – це організація, що включає чоловіків та жінок, які безпосередньо працюють на міністрів Корони, підзвітних Парламенту».

Для сучасної системи цивільної служби Великобританії характерні такі ключові ознаки:

- в основу цивільної служби покладена менеджеральна модель, що за своїм змістом є близькою до американської;
- система просування по службі відрізняється жорсткістю на усіх рівнях;
- в державних структурах часто використовується т. зв. «інтегральна» ієрархія;
- особлива система адміністративно-правового регулювання цивільної служби відсутня, контроль за нею здійснюється виходячи з доктрини загального права [1, 14].

Правове регулювання цивільної служби Великобританії відбувається за допомогою значної кількості правових джерел, до яких належать джерела загального права (конституційні звичаї (угоди), судові прецеденти), а також нормативні правові акти (статути, акти делегованого законодавства). Це можуть бути укази Корони в Раді, циркуляри чи інші нормативно-правові акти різних міністерств (департаментів). Окремо слід зазначити також вищезгадані доповіді комітетів, що стали підґрунтям реформування цивільної служби Великобританії. Разом з тим, єдиний законодавчий акт, який би поєднав у собі загальні засади цивільної служби, відсутній, що пов'язано з прерогативою Корони, а не Парламенту, здійснювати регулювання питань цивільної служби [3, 443].

Структура британської цивільної служби багаторівнева та заплутана. Правове забезпечення та регламентація різних сфер діяльності службовців здійснюється неоднаково. Деякі напрями їх діяльності врегульовуються статутами, які приймаються щорічно. Інші – внесенням доповнень до чинних актів делегованого законодавства (укази Корони в Раді, статутні постанови, інструкції окремих міністерств), або ж цією метою застосовуються прецеденти. У структурі сучасної цивільної служби Великобританії слід визначити кілька груп.

Перша група – старші політичні та адміністративні керівники – включає таких службовців адміністративного класу, як помічник заступника, заступник постійного секретаря, постійний секретар. Посади цієї групи, утворюють верхівку керівного складу цивільної служби. Ці службовці несуть особисту відповідальність безпосередньо перед міністром за свою сферу адміністративно-державного управління. їх кількість складає близько 1% від загальної кількості усіх цивільних службовців Великобританії.

Друга група – адміністративна – включає два ступені: учень адміністратора та старший виконавець. До компетенції адміністративної групи належить широке коло питань: від координації діяльності державного апарату управління чи керівництва роботою міністерств до виконання звичайних канцелярських обов'язків. Вони працюють не лише у міністерствах та департаментах, а й у відомствах, урядових агентствах та службах. До цієї категорії належать більше половини з усіх цивільних службовців Великобританії.

Третя група об'єднує технічний персонал: діловоди, секретарі та інші допоміжні категорії працівників, що виконують просту виконавську роботу. Сюди також входять вчені, архітектори, інженери та інші фахівці широкого профілю. До службовців молодшого рангу також належать співробітники пенітенціарних установ. Дана група за своєю чисельністю є найбільшою серед цивільних службовців [4, 71].

Цивільна служба умовно може бути поділена на такі категорії:

- не індустріальна та індустріальна (перша група – службовці у бюрократичному апараті міністерств, департаментів, агентств і т. д.; друга – працівники підприємств та організацій, що знаходяться у підпорядкуванні до того чи іншого міністерства (департаменту), на них не розповсюджуються пільги та умови служби, які мають неіндустріальні службовці);

- служба з повним робочим днем та неповним;

- постійна та тимчасова (на тимчасову службу, як правило, приймаються особи, яких залучають для вирішення якогось конкретного питання чи реалізації проекту);

- кадрова та некадрова (посада цивільного службовця може бути не передбачена у штатному розписі міністерства, департаменту, відомства, якщо його, наприклад, залучають на тимчасовій основі);

- департаментська, загальна та спеціальна (залежно від місця роботи конкретного службовця, наприклад, департаментським є той службовець, що працює в міністерстві чи департаменті);

- внутрішня та зовнішня (дипломатична) [4, 72-73].

Отже, система цивільної служби Великобританії, враховуючи її розгалужену структуру, є ефективним елементом регулювання суспільства та може слугувати прикладом для України.

Список використаної літератури:

1. Система державного управління Сполученого Королівства Великобританії і Північної Ірландії: досвід для України / Укладач П.І. Крайнік ; За заг. ред. Ю.В. Ковбасюка, С.В. Загороднюка. Київ: НАДУ, 2011. 48 с.

2. Озірська С.М., Полянський Ю.Д. Системи державної служби європейських країн: Велика Британія, Російська Федерація, Україна, Французька республіка. К. : Видавництво УАДУ, 1999. 168 с.

3. Грицяк І. Законодавство про державну службу в Європейському Союзі (на прикладі Великобританії, Німеччини, Франції) // Ефективність державного управління: Збірник наукових праць ЛРІДУ НАДУ при Президентіві України. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2004-2005. Вип. 6-7. С. 442-448.

4. Василенко И.А. Административно-государственное управление в странах Запада: США, Великобритания, Франция, Германия: учебное пособие. Издание 2-е, переработанное и дополненное. Москва: Логос, 2000. 200 с.

Науковий керівник: к.і.н., викладач Швець В. В.

К. С. Мусіць

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ОРГАНІВ І ПОСАДОВИХ ОСІБ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

У процес становлення в Україні громадянського суспільства, а також побудови соціальної та правової держави здійснюється трансформація народу з об'єкта на суб'єкт влади, який не лише утворює владні інститути, а й вирішує питання відповідальності за їх діяльність.

Правове регулювання відповідальності органів місцевого самоврядування включає предмет, метод та форми. Предмет правового регулювання становить систему, що складають суспільні відносини, які виникають та здійснюється щодо відповідальності органів місцевого самоврядування та регулюються правом.

Метод правового регулювання – спосіб впливу норм на суспільні відносини. Для відповідальності характерним є поєднання методів правового регулювання, а саме: імперативного та диспозитивного, централізованого та локального.

За формою правового регулювання, всі нормативно-правові акти, що врегульовують відповідальність органів місцевого самоврядування, доцільно поділити на первинні та вторинні форми правового регулювання [1].

При цьому до первинних відносяться: 1) Конституція України, норми якої встановлюють відповідальність органів місцевого самоврядування. 2) Закони України – визначають як статусне положення та порядок притягнення до відповідальності органів місцевого самоврядування.

До вторинних форм правового регулювання відповідальності органів місцевого самоврядування можна віднести підзаконні та локальні нормативні акти, які визначають порядок реалізації відповідальності.

Правовою основою відповідальності у сфері місцевого самоврядування України є Конституція України. Основний Закон регламентує загальні засади юридичної відповідальності, які підлягають подальшій конкретизації в галузевому, в тому числі муніципальному, законодавстві. Відповідно до статті 7 Конституції України в державі визнається і гарантується місцеве самоврядування [2]. Тому можна стверджувати, що місцеве самоврядування є формою здійснення народовладдя та провідним правом людини і громадянина на самостійне вирішення питань місцевого значення.

Пріоритетне місце в системі законодавчих актів – джерел відповідальності у сфері місцевого самоврядування займають Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» (який містить окремий IV розділ, присвячений відповідальності органів та посадових осіб місцевого самоврядування) [3], «Про службу в органах місцевого самоврядування» [4], «Про статус депутатів місцевих рад» [5], «Про статус депутата Верховної Ради Автономної Республіки Крим» [6], «Про органи самоорганізації населення» [7], «Про місцеві вибори» [8], а також інші закони України та нормативно-правові акти (наприклад, регламенти місцевих рад тощо).

Статус територіальної громади як інстанції закріплено в ч. 1 ст. 74 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», де йдеться про те, що органи та посадові особи місцевого самоврядування несуть відповідальність за свою діяльність перед територіальною громадою, державою, юридичними і фізичними особами [3].

У ст. 23 Законі України «Про службу в органах місцевого самоврядування» зазначається, що особи, винні у порушенні законодавства про службу в органах місцевого самоврядування, притягуються до цивільної, адміністративної або кримінальної відповідальності згідно із законом [4].

Організаційні інструменти відповідальності органів місцевого самоврядування охоплюють інституції, наділені правом вирішувати питання відповідальності та процедури реалізації відповідальності. Правом санкціонування впливу, тобто вирішенням питання (або участі у вирішенні питання) відповідальності органів місцевого самоврядування і безпосередньої реалізації цього питання, володіють держава, територіальної громади, юридичні і фізичні особи. У державно-правовій літературі їх ще називають інстанцією відповідальності, тобто коло суб'єктів, перед якими встановлено відповідальність [9].

Забезпечення відповідальності органів місцевого самоврядування можливо лише при наявності логічно взаємопов'язаної сукупності (системи) нормативно-правових актів, завдяки якій реалізуються процедури, форми відповідальності органів місцевого самоврядування (перед територіальною громадою, державою, юридичними і фізичними особами), встановлюються підстави, види і порядок відповідальності органів місцевого самоврядування тощо.

На погляд В. Д. Бондаренко та В. А. Яцук, обов'язковими елементами державної політики щодо врегулювання питань відповідальності органів місцевого самоврядування повинні стати:

1) концепція системи відповідальності органів місцевого самоврядування на різних рівнях адміністративно-територіального устрою;

2) розроблення і прийняття пакету нормативно-правових актів, що регулюють підстави, види і порядок відповідальності органів місцевого самоврядування і чітко розмежовує суб'єктів відповідальності, визначає інстанції, які мають вирішувати питання відповідальності органів місцевого самоврядування;

3) визначення на нормативно-правовому рівні механізму відшкодування шкоди, заподіяної юридичним і фізичним особам органів місцевого самоврядування за рахунок коштів місцевого бюджету;

4) забезпечення існування у системі місцевого самоврядування органу, який би здійснював контроль за додержанням прав та свобод членів відповідної територіальної громади та захист прав кожного на території відповідної територіальної громади;

5) проведення періодичних опитувань членів територіальної громади з питань місцевого значення, що залежать від діяльності органів місцевого самоврядування для з'ясування оцінки активності влади і задоволеності населення;

6) підвищення правової культури населення, обізнаності в питаннях відповідальності органів місцевого самоврядування перед територіальною громадою;

7) інформування посадових осіб та службовців органів місцевого самоврядування щодо обов'язку відповідальності перед територіальною громадою, фізичними та юридичними особами та державою [1].

Попри те, що один із важливих атрибутів нашої держави є місцеве самоврядування, на сьогодні воно залишається неудоконалене, тому потребує більшого розвитку у процесі утвердження України.

Список використаної літератури:

1. Відповідальність органів місцевого самоврядування в Україні : наук. розробка / Володимир Дмитрович Бондаренко, Вікторія Анатоліївна Яцук. – К. : НАДУ, 2013. – 52 с.
2. Конституція України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2016. – № 30 – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254/k/96-вр>.
3. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 1997. – № 24 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-вр>.
4. Про службу в органах місцевого самоврядування: Закон України // Відомості Верховної Ради. – 2001. – № 33. – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2493-14>
5. Про статус депутатів місцевих рад: Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2002. – № 40 – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/93-15>.
6. Про статус депутата Верховної Ради Автономної Республіки Крим: Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2007. – № 14 – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/533-16>
7. Про органи самоорганізації населення: Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2001. – № 48 – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2625-14>
8. Про місцеві вибори: Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2015. – № 37-38 – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-19>
9. Погорілко В. Ф. Конституційно-правова відповідальність / Погорілко В. Ф., Федоренко В. Л. // Правова держава : наук.-пр. щорічник. – 2002. – Вип. 13. – С. 114-130.

Науковий керівник: к.п.н., доцент Овчаренко А. О.

Ю. О. Смаглій

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПОЛІТИЧНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Необхідність дослідження даної теми детермінована значними змінами, що відбулися та відбуваються, у політичній сфері України. Глобалізаційні процеси мають безпосередній вплив на реформування державної політики до європейських стандартів.

Рушійними силами глобалізаційного процесу є технологічний прогрес, розвиток світової інфраструктури, нові можливості інформаційних і комунікаційних технологій, лібералізація торгівлі та інших міжнародних зв'язків у світовому і європейському соціально-політичному просторі. Активні трансформації у механізмах політичної влади в Україні розпочалися під впливом нових стратегічних політичних пріоритетів, насамперед йдеться про входження до європейського і світового співтовариства на засадах цінностей західної демократії [2, с. 109].

Метою статті є розгляд тенденцій впливу глобалізації на політичну систему України та значення цих трансформаційних процесів.

Одним із позитивних впливів глобалізаційних процесів є реформування державного управління та державної служби, удосконалення адміністративно-територіального устрою України відповідно до стандартів європейського врядування. Невід'ємною складовою концепції загального управління в усіх індустріально розвинених країнах є: безперервне покращення послуг, орієнтоване на оптимізацію процесів, комунікацій та управління змінами, тобто перетвореннями, спрямованими на розвиток менеджерів, на управління знаннями, тобто розвиток людських ресурсів. Інтеграція сучасних систем управління може повністю усунути розбіжності у підходах до розвитку та функціонування органу державної влади, об'єднавши кращі досягнення сучасного менеджменту у єдину універсальну систему [1, с. 4]. Державне управління в цивілізованому світі розвиває в процесі керування і здійснення управлінської діяльності інституціональну сукупність, яку складають інститути держави, а також політичні партії, об'єднання, громадські організації і інші елементи громадянського суспільства. В розвинутому суспільстві демократичними механізмами, що оптимізують систему державного управління і є державні органи та інші політичні інститути, правові норми та структурні елементи громадянського суспільства [4, с. 60].

Зростання рівня комунікацій між політичними інститутами різних країн поступово збільшують вплив міжнародних політичних інститутів, які не обмежуються рамками однієї політичної системи. Вони є продуктом територіально обмежених політичних систем, а тому їхня діяльність зводиться не до нівелювання особливостей окремих політичних систем, а до розширеного взаємовпливу політичних систем. В умовах глобалізації трансформація суверенітету має двохсторонній характер. З одного боку, посилюються фактори, які викликають скорочення номенклатури і обсягу суверенних повноважень держав, з іншого, – більшість держав добровільно і свідомо йде на обмеження свого суверенітету.

Функціонування політичної системи неможливе без організовуючої ролі права. Впровадження внутрішньодержавних правових норм залежить від впливу світових правових традицій. Безумовно, важливим впливом глобалізаційних трансформацій є розвиток демократизації в українському суспільстві, що позитивно сприяє становленню ефективної владно-управлінської системи, розвитку громадянського суспільства, реалізації в Україні основних принципів правової, соціальної держави [3, с. 101]. Пов'язані з глобалізацією процеси, зменшують можливість національних урядів контролювати ситуацію і керувати нею на території своїх держав, трансформують функції і роль держави.

Глобалізаційні процеси позитивно вплинули на процес зміцнення стабільності та безпеки в регіоні, прийняття Конституції України та підписання нових політико-правових документів нашої держави з іншими країнами. Основний закон держави створює нові демократичні соціальні та політичні механізми функціонування політичної влади, консолідації суспільства, нарощування політико-владних трансформацій. Підписані широкомасштабні договори та інші документи знаменують формування якісно нових політико-правових засад у відносинах між країнами. Досягнуті домовленості унеможливають конфронтацію в міждержавних відносинах, підвищують рівень безпеки та стабілізують новий геополітичний простір [2, с. 110].

Отже, аналізуючи наукові дослідження з питання глобалізації політичної системи України, можна зустріти двоякість думок. З одного боку, глобалізація сприймається негативно з причин втрати самобутності, державності та єдиності в політичному сенсі. Але, чимало тез можна привести в приклад позитивного впливу сучасних трансформацій. По-перше, це розвиток гуманістично налаштованого демократичного суспільства, що, безумовно, є важливим чинником політичної системи суспільства. По-друге, розвиток інформаційних і комунікаційних технологій, які дають змогу розширити сферу дії політичної системи управління. По-третє, реформування державного та публічного управління, які спираються на всебічний розвиток якості надання послуг. Тобто, можна сказати, що глобалізаційні процеси мають зростаючий вплив на розвиток політичної системи та запровадження і утвердження нових стратегій управління та взаємодії з іншими країнами світу.

Список використаних джерел та літератури:

1. Іщенко М. П. Інституції і принципи становлення нової системи врядування в Україні / М. П. Іщенко. // Трансформування державної служби і державного управління та їх адаптація до європейських стандартів [Текст] : зб. матеріалів щоріч. наук.-практ. семінару, 16 квітня 2014 р. № 6 / МОН України, Упр. держ. служби України в Черкас. обл., ЧНУ ім. Б. Хмельницького. - Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2014 - С. 3-15
2. Іщенко О. М. Вплив глобальних світових трансформацій на політичні механізми регулювання інститутів влади в Україні / О. М. Іщенко. // Пятнадцята наукова сесія осередку Наукового товариства ім. Шевченка у Черкасах [Текст] : матеріали доповідей на засіданнях секцій і комісій; м. Черкаси, 10-27 березня 2004 р. / Наук. т-во ім. Шевченка (Черкаси). - Черкаси : Осередок НТШ у Черкасах, 2004. - С. 109-111.
3. Іщенко О. М. Основні напрямки оптимізації публічного управління в Україні / О. М. Іщенко. // Пріоритети публічного управління в Україні: європейський досвід і вітчизняна практика [Текст] : зб. матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., 30 травня 2017 р. № 1 / МОН України, ЧНУ ім. Б. Хмельницького [та ін.]. - Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2017. - С. 100-103.
4. Іщенко О. М. Специфіка оптимізації системи державного управління України / О. М. Іщенко. // Пріоритети публічного управління в Україні: європейський досвід і вітчизняна практика : Збірник № 2 матеріалів Всеукр. наук.-практ. конф., / за ред. д. е. н., проф. Черевка О. В., д. держ. упр. Шарого В. І. - Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2018. - С. 60 – 63.

Науковий керівник: д. філос. н., професор, професор кафедри державної служби, публічного адміністрування та політології Іщенко М. П.

В. О. Терлига

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ДЕРЖАВНА СЛУЖБА УПРАВЛІННЯ ТА НАГЛЯДУ ЗА БЕЗПЕКОЮ У ТРАНСПОРТНІЙ СФЕРІ

Транспорт є однією з найважливіших галузей суспільного виробництва і покликаний задовольняти потреби населення та суспільного виробництва в перевезеннях.

Розвиток і вдосконалення транспорту здійснюється відповідно до державних цільових програм з урахуванням його пріоритету та на основі досягнень науково-технічного прогресу і забезпечується державою (ч. 2 ст. 1 Закону N 3421-IV (3421-15) від 09.02.2006) [2]. Відносини, пов'язані з діяльністю транспорту, регулюються цим Законом, кодексами (статутами) окремих видів транспорту, іншими актами законодавства України. Дія цього Закону не поширюється на транспорт, що здійснює технологічні перевезення тільки на території підприємств.

Відповідно до Положення про Державну службу України з безпеки на транспорті, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 11.02.2015 № 103, на Укртрансбезпеку покладено завдання щодо здійснення державного нагляду за безпекою на транспорті, забезпечення надання адміністративних послуг, проведення розслідувань аварій та катастроф на транспорті, нормативно-правове забезпечення безпеки на транспорті тощо.

Нормативні акти, які визначають умови перевезень, порядок використання засобів транспорту, шляхів сполучення, організації безпеки руху, охорони громадського порядку, пожежної безпеки, санітарні та екологічні вимоги, що діють на транспорті, є обов'язковими для власників транспорту і громадян, які користуються послугами транспорту та шляхами сполучення.

Державне управління в галузі транспорту має забезпечувати:

- своєчасне, повне та якісне задоволення потреб населення і суспільного виробництва в перевезеннях та потреб оборони України;
- захист прав громадян під час їх транспортного обслуговування;
- безпечне функціонування транспорту;
- додержання необхідних темпів і пропорцій розвитку національної транспортної системи;
- захист економічних інтересів України та законних інтересів підприємств і організацій транспорту та споживачів транспортних послуг;
- створення рівних умов для розвитку господарської діяльності підприємств транспорту;

- обмеження монополізму та розвиток конкуренції;
- координацію роботи різних видів транспорту;
- ліцензування окремих видів діяльності в галузі транспорту;
- охорону навколишнього природного середовища від шкідливого впливу транспорту

[1].

Державне управління діяльністю транспорту здійснюється шляхом проведення та реалізації економічної (податкової, фінансово-кредитної, тарифної, інвестиційної) та соціальної політики, включаючи надання дотацій на пасажирські перевезення.

Місце і роль транспорту у суспільному виробництві визначає насамперед необхідність його пріоритетного розвитку, державної підтримки в задоволенні його потреб у транспортних засобах, матеріально-технічних і паливно-енергетичних ресурсах.

Державне управління в галузі транспорту здійснює центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері транспорту, дорожнього господарства, туризму та інфраструктури, місцеві Ради народних депутатів та інші спеціально уповноважені на те органи відповідно до їх компетенції.

Відносини підприємств транспорту загального користування з центральними та місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування будуються на основі податків, податкових пільг, встановлених нормативів та інших економічних засобів відповідно до чинного законодавства України.

Втручання у господарську діяльність підприємств транспорту, відволікання їх експлуатаційного персоналу на інші роботи місцевими органами влади і самоврядування не допускається, крім випадків, передбачених законодавством України.

Органи управління транспортом сприяють органам влади і самоврядування у виконанні ними своїх повноважень щодо соціального та економічного розвитку транспорту, спільно з ними здійснюють програми захисту навколишнього природного середовища, розробляють і проводять узгоджені заходи для забезпечення безперебійної роботи транспорту у разі стихійного лиха, аварій, катастроф та під час ліквідації їх наслідків, координують роботу, пов'язану із запобіганням аваріям і правопорушенням на транспорті, а також організують взаємодію різних видів транспорту з метою більш ефективного їх використання, підвищення якості обслуговування.

Органи влади і самоврядування у межах своїх повноважень подають допомогу підприємствам і організаціям транспорту у поліпшенні використання транспортних засобів відправниками (одержувачами) вантажів і розвитку (в тому числі на майнових засадах) будівельної індустрії, об'єднують кошти підприємств, організацій, колективних сільськогосподарських підприємств, фермерських господарств, кооперативів (за їх згодою), а також бюджетні та позабюджетні кошти для вдосконалення транспортної мережі, будівництва вокзалів, шляхопроводів та інших об'єктів транспорту; організують взаємодію різних видів транспорту з метою більш ефективного їх використання, підвищення якості обслуговування (ч. 4 ст. 5 із Законом N 2454-IV (2454-15) від 03.03.2005) [3].

Упродовж 2017-2018 років Укртрансбезпека зосередила свою діяльність на таких пріоритетних напрямках: надання адміністративних послуг та державний нагляд і контроль за безпекою на транспорті, напрацювання ініціатив щодо внесення змін до нормативно-правових актів, які регламентують питання, що стосуються діяльності Укртрансбезпеки, з метою їх узгодження з актами вищої юридичної сили та актами Європейського Союзу.

Список використаної літератури:

1. Закон України Про транспорт. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, N 51, ст.446 Документ 232/94-ВР, чинний, поточна редакція – Редакція від 28.12.2015, підстава – 901-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232/94-%D0%B2%D1%80>

2. Закон України Про внесення змін до деяких законодавчих актів України у зв'язку з прийняттям Закону України «Про державні цільові програми». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3421-15>

3. Закон України Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://minjust.gov.ua/m/str_22781

Науковий керівник: к. політ. н., доцент Овчаренко А. О.

ЕКОНОМІКА ТА ПІДПРИЄМНИЦТВО

ENTREPRENEURSHIP AND ECONOMICS

Entrepreneurship is one of the fastest growing fields within economics, management, finances. Entrepreneurship has been described as the "capacity and willingness to develop, organize, manage a business and take into account all of possible risks in order to make a profit. Simply put, that's an act of being an entrepreneur or one who undertakes innovations or introducing new things, finance and business acumen in an effort to transform innovations into economic goods. The basic form of entrepreneurship is starting new business. Nowadays the term also includes social and political forms of entrepreneurial activity [1].

The study of entrepreneurship reaches back to the work of Richard Cantillon and Adam Smith. Cantillon defined the term first in *Essay on the Nature of Trade in General*, a book William Stanley Jevons considered the "cradle of political economy". In spite of this fact it was ignored until the late 19th and early 20th centuries. The understanding of entrepreneurship owes much to the work of economist Joseph Schumpeter in the 1930s. While the loan from French of the word "entrepreneur" dates to the 1850, the term "entrepreneurship" was coined around the 1920s. According to Schumpeter, an entrepreneur is willing and able to convert a new idea or invention into a successful innovation. He says that entrepreneurs are not necessarily motivated by profit but regard it as a standard for measuring achievement or success [2].

What is entrepreneurship really about? And why's it so important? An entrepreneur is the person who sees a problem in the world and immediately focuses on creating the solution. Entrepreneurs are important in society because:

1. Entrepreneurs create jobs. Their ambitions to continue their business' growth eventually lead to the creation of new jobs.
2. Entrepreneurs think about changes. Entrepreneurs wholeheartedly believe that some of their ideas will make worldwide changes.
3. Entrepreneurs give to society. They make a profit and pay more in taxes which helps fund social services. Entrepreneurs are the biggest donors to charities.

Moreover there are four types of entrepreneurship such as small business, scalable startup, large company and social entrepreneurship.

Grocery stores, hairdressers, consultants, travel agents, internet commerce storefronts, carpenters, plumbers, electricians, etc. are the examples of small business entrepreneurship. The aim of an entrepreneur is not building an enormous business industry. He thinks about feeding his family and making profit [3].

Entrepreneurs of scalable startup entrepreneurship consider that one day their vision can change the world. They hire the best and the brightest.

Large company entrepreneurship consists of innovating new things, offering new products. Changes in customer tastes, new technologies, legislation, new competitors, etc. can create pressure for more disruptive innovation, which requires large companies to create new products [4].

Social entrepreneurship focuses on creating products and services that solve social needs. But unlike scalable startups their goal is to make the world a better place, not to take market share or to create to wealth for the founders.

The entrepreneurship activity appeals lots of people. Over 400 million people all around the world are entrepreneurs. There are some reasons why people want to be entrepreneurs:

1. To change the world. Their aim is making the world better. Some entrepreneurs use their business as a way to raise capital quickly for noble causes. Social entrepreneurs consider that their empire can make a world full of kindness.
2. They don't want to have a boss. An entrepreneur knows that he is his own boss. Obviously, they become attracted to entrepreneurship to succeed on their own terms. Otherwise, he feels restricted and held back because of lack of freedom. He likes making team and finding the most efficient ways in doing things himself.

3. They want flexible hours. Many people with disabilities often enjoy entrepreneurship as it allows them to work when they're able to. Parents with young children prefer entrepreneurship as it allows them to raise young children at home. Students also like this as sometimes universities don't allow them to work standard office hours.

4. They're risk takers. Entrepreneurs don't apply for jobs as they create them and take into account all of possible risks. They know that business is risky. So they calculate the possible consequences and take risks the average person won't.

5. They can't get a job. Getting fired, a lack of experience or a criminal record can prevent the average person from getting a job when they're desperate. Instead of being defeated by their situation, they create new opportunities for themselves.

6. They don't fit into the corporate environment. It's often very restricting for their growth. They may dislike the lack of control they have in their role or the office politics. They try to gain more control if they're in corporate environment and find out how the system works. That's a proof that entrepreneurs are good observers.

7. They're curious. Entrepreneurs love finding out the answer to the question, 'what will happen if...'. They're experimental and they like love learning. They read business books as they absorb knowledges to use them in future.

8. They're ambitious. Those who love reaching difficult goals are made to be entrepreneurs [5].

There's no limit to how much an entrepreneur can make and so they can always work to achieve higher levels of greatness. Since there's no limit to what they can achieve, entrepreneurs constantly find themselves growing and achieving more than they ever imagined.

References to sources of information:

1. <https://www.definitions.net/definition/ENTREPRENEURSHIP>.
2. <http://casnocha.com/2011/02/the-four-types-of-entrepreneurship.html>.
3. <https://www.oberlo.com/blog/what-is-entrepreneurship>.
4. <https://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship>.
5. <https://www.csmonitor.com/Business/The-Circle-astiat/2010/0514/Entrepreneurship-and-economics-An-awkward-relationship>.

В. О. Бабенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РОЛЬ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

На сьогодні в Україні гостро постала проблема формування середнього класу. У сучасних соціально-економічних умовах середній клас є головним елементом соціальної структури суспільства, який в розвинених країнах Заходу нараховує до 2/3 економічно активного населення. Таким чином, можна стверджувати, що «середній клас» - це група людей, що має задовільні доходи, достатні для задоволення широкого кола матеріальних і соціальних потреб для проживання в даній країні. Вперше даний термін було зафіксовано в Англії в середині XIX століття [1, с. 600].

Слід зазначити, що одними з головних ознак середнього класу є: власне місце проживання, харчування за власними смаками, необхідні меблі, можливість сімейного відпочинку хоча б раз на рік, можливість отримання середньої та вищої освіти, тобто все те, що могло б задовольняти потреби людини. Наприклад, якщо вважати, що новостворених сімей в країні більш як 70% досягають всього вище переліченого за останні 10 років, то рухаючись даним шляхом, можна стверджувати, що в економіці даної країни створено фундамент для формування середнього класу, як прикро б це не здавалося, але в Україні такі умови на сьогодні відсутні [2].

Узагальнивши вищезазначене, можна стверджувати, що найголовніша функція середнього класу полягає в тому, що він є основною складовою споживчого попиту. Тому, одним із провідних завдань держави є формування середнього класу [3, с. 67].

Представники середнього класу відіграють велику роль у прийнятті політичних рішень, обранні нових політичних лідерів та допомагають державі у вирішенні політичних питань.

На сьогоднішній день в Україні тільки формується політичне сприйняття цінності середнього класу, як політичного носія соціал-демократичних принципів.

Список використаної літератури:

1. Политика: Толковый словарь: Русско-английский. – М.: «ИНФРА – М», Издательство «Весь Мир», 2001. – 768 с.
2. Петрищева О.М. Динаміка середнього класу в процесі становлення громадянського суспільства / Вісн. КНУ ім. Т. Шевченка. Філософія, Політологія. – 2006. – Вип. 76-79. – С.223-227
3. Ткаченко Т.П. Середній клас в Україні: історична ретроспектива та сучасний стан // Держава та регіони. – 2007. – № 3. – С. 94-99.

Науковий керівник: старший викладач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин, к.е.н. Денисенко В.О.

Д. М. Багаутдінов

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КРЕДИТНИЙ РИЗИК ЯК СКЛАДОВА БАНКІВСЬКОГО РИЗИКУ

Банківська діяльність постійно потрапляє під вплив фінансових ризиків, адже саме ці ризики є найбільш розповсюдженими та можуть суттєво впливати на банківську діяльність. Найбільш розповсюдженим серед таких ризиків є кредитний ризик. Кредитні операції є найдохіднішим видом операцій у банківській діяльності. Водночас вони є найбільш ризикованими, тому потребують ґрунтовного вивчення та регулювання на всіх рівнях банківської системи України, знаходження різних шляхів мінімізації кредитного ризику. Саме тому значну увагу необхідно приділяти банківським установам для своєчасного ефективного управління даним ризиком.

Слід звернути увагу на скорингові карти як інструмент контролінгу кредитних ризиків банку. Скорингові карти у сучасному банківському середовищі вважаються одним з невід'ємних інструментів оцінки кредитних ризиків при споживчому та іпотечному кредитуванні. В Україні розвиток кредитного скорингу пов'язують зі згортанням кредитування домогосподарств, що почалося після кризи 2008–2009 років, коли банкам фактично було заборонено кредитувати фізичних осіб в іноземній валюті, а національна валюта девальвувала на 60%, що суттєво підвищило кредитні ризики та ускладнило процедуру їх оцінки. Споживче кредитування, яке за сталих цін на імпорتنі товари пережило новий сплеск у 2011–2013 роках, вимагало від банків значного підвищення швидкості прийняття рішень без зниження якості кредитного портфелю. Саме тому більшість провідних вітчизняних банків, в цей час, починають активно впроваджувати скорингові карти, однак, масштабна криза у банківській системі 2014-2016 років практично зупинила будь-яке кредитування економіки.

Для банківської системи розвинутих країн кредитний скоринг – це не лише підтримка рішень щодо видачі кредиту, але й постійне управління кредитним ризиком (інформаційна підтримка, координація рішень, моніторинг та контроль) та стратегія погашення боргу. Як бачимо, кредитний скоринг – це не лише розробка анкет та формування математичної моделі, а постійна кропітка робота над вдосконаленням всього інструментарію кредитного скорингу та бізнес-процесів пов'язаних з ним, яка, на нашу думку, цілком відповідає філософії контролінгу ризиків.

На думку Н.П. Шульги ризик-контролінг у банку є одночасно підсистемою інтегрованої системи управління ризиками та контролінгу і пов'язаний не тільки з виміром ризиків, але й частково з методичним, інформаційним забезпеченням ризик-менеджменту та контролем за банківськими ризиками [1, с.466-467].

Очевидно, що існуючі скорингові карти потребують постійного перегляду з огляду на вищеописані фактори, однак сучасні дослідження вказують на негативний ефект від частого оновлення скорингових карт [2, с 8-9]. Автори зазначають, що частота зміни наповнення скорингових карт суттєво впливає на рівень їх точності.

Підводячи підсумки, варто відзначити, що важливість використання скорингових моделей при оцінці, моніторингу та контролю кредитних ризиків комерційних банків не викликає жодних сумнівів, як у науковців так і у практикуючих банкірів. Імплементация та підтримка скорингових карт найкраще реалізується через механізм контролінгу ризиків у банку.

Сучасні скорингові карти за своїм наповненням суттєво не відрізняються від тих, що використовувались у середині ХХ ст., на нашу думку, їх потрібно суттєво доповнювати, в першу чергу, шляхом врахування біхевіористичних особливостей індивідуума, а саме формулювати анкети позичальника таким чином, щоб була можливість оцінити його схильність до ризику. Крім того, важливо враховувати особливості кожного конкретного регіону країни (особливо для системних банків), оскільки менталітет людей у різних частинах країни суттєво відрізняється, а отже, відрізняється і ставлення до свої боргів.

Список використаної літератури:

1. Шульга Н.П. Контролінг ризиків у вітчизняних банках / Н.П.Шульга // Формування ринкової економіки: зб. наук. праць. Спец. вип., присвяч. Міжнар. наук.-практ. конф. "Контролінг у бізнесі: теорія і практика". – К.:КНЕУ. – 2008. –С.464-471.

2. E.Huang, C.Scott Credit Risk Scorecard Desing, Validation and User Acceptance – A Lesson for Modellers and Risk Managers/ Huang F., Scott C. // Retail Decision Science, HBOS Bank, UK [Електронний ресурс]. – Режим доступу:<https://pdfs.semanticscholar.org/3d17/e2d7537ed76687e660c2a58d38ee37a52c5f.pdf>

Науковий керівник: доцент кафедри моделювання економіки і бізнесу, к.т.н., доцент
Гадецька З. М.

І. П. Базик

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВИКОРИСТАННЯ КЛАСТЕРНОГО МЕТОДУ ДЛЯ АНАЛІЗУ РИНКУ КРИПТОВАЛЮТ

Нині ринок криптовалют розвивається неймовірно швидко, проте дієвих та загальноновизнаних методів для його аналізу поки що не існує. У цьому дослідженні зроблено спробу дослідити крипторининок за допомогою кластерного аналізу. Цей метод дозволяє простежити взаємозв'язки між різними криптовалютами, наприклад, такими як: BTC (біткоїн), LTC (лайткоїн), XRP (ріпл), BNB (бітбар) та інші. Як наслідок, виникає можливість визначити, які валюти мають схожі тенденції до змін у минулому і теперішньому і, відповідно, які перспективи їх розвитку можна очікувати у майбутньому.

Результати дослідження можуть слугувати підґрунтям для визначення взаємозв'язків між певними валютами та для прийняття рішень щодо купівлі-продажу одних валют, враховуючи зміни цін на інші, і, як наслідок, отримувати дохід від кожної такої операції. Іншим прикладом застосування цієї інформації є можливість проаналізувати, які з валют (особливо нещодавно створених) можуть зникнути з ринку (фактично знецінитись) у найближчий час. Тобто, якщо нещодавно створена валюта буде знаходитись в одному кластері і мати сильний зв'язок з валютою, що зникла то ймовірність того, що вона також зникне буде досить великою, хоча це і не стовідсоткова ймовірність.

Для здійснення кластеризації було взято вартість кожної криптовалюти за однаковий проміжок часу. Період спостереження – починаючи з 04.08.2013 по 14.09.2018 рік. Для побудови дерева було обрано 24 валюти, які були створені у різні періоди часу та з різних ціннових категорій. Все це зроблено для того, щоб відкинути можливість некоректної побудови дерева, адже основні 10-15 валют мають схожі тенденції на даний момент часу. Результати побудови відображено на рисунку1.

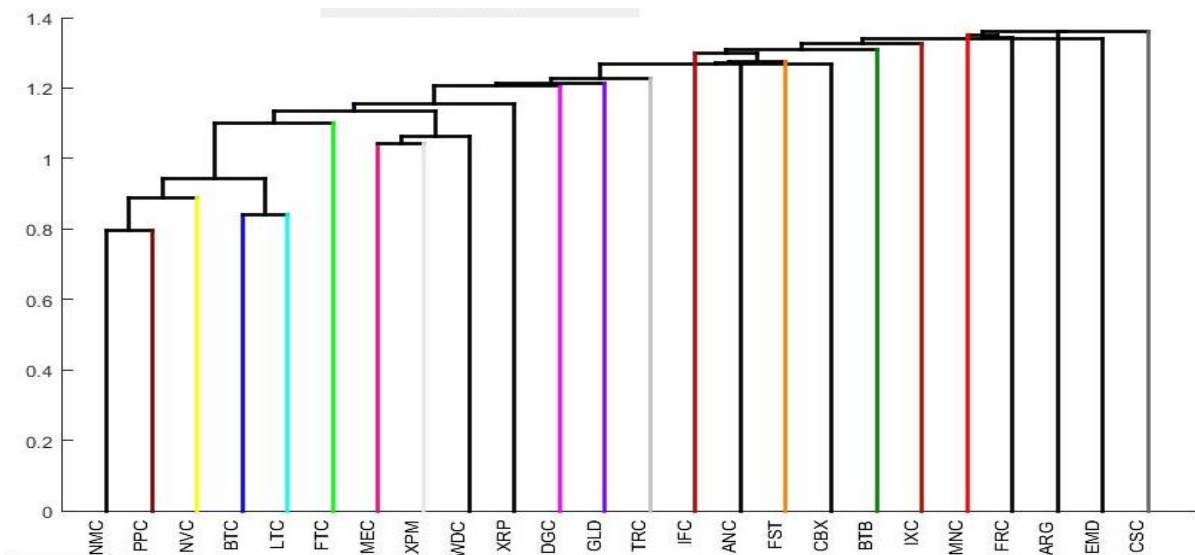


Рис. 1. Граф ієрархічного дерева ринку криптовалют
Джерело: побудовано автором за [1]

При аналізі графа ієрархічного дерева потрібно розуміти, що з початку кожна валюта являє собою окремий кластер. Під час побудови дерева дані зі схожими тенденціями об'єднуються у окремі кластери в залежності від сили зв'язку між ними. Далі експерт виділяє окремі кластери (часто використовуючи власний досвід) і характеризує їх.

Аналіз даних рисунку 1 дає підстави виокремити, лише 2 кластери, які чітко прослідковуються. Аналізуючи решту валют виділити якісь чіткі кластери дуже складно, оскільки вони лише накладаються один на одного, доки не переходять в один загальний кластер.

До першого кластеру увійшли такі валюти: MNC, PPC, NVC, BTC, LTC. Аналізуючи цей кластер більш детально, доцільно виокремити дві пари валют, які в порівнянні з іншими, мають досить сильний зв'язок. До першої пари валют, за силою зв'язку, відносяться: MNC, PPC. До другої пари – BTC, LTC, які поступаються попередній парі мінімально. Враховуючи історію BTC, LTC – це й не дивно, оскільки LTC був створений на базі програмного коду BTC з деякими відмінностями. Також досить тісний зв'язок між MNC, PPC доповнюється дещо слабшим з NVC.

Таким чином, перший кластер характеризується найпотужнішими зв'язками між валютами. Водночас, саме валюти цього кластера майже однаково реагують на певні зміни, наприклад, зміну курсу, і в самому кластері зміна курсу відбувається приблизно однаково. Можна припустити, що валютою яка задає напрямок зміни є BTC і він впливає, в першу чергу, на курс LTC і побічно на решту валют цього кластера.

Цей висновок було зроблено з урахуванням результатів, відображених у дендрограмі, а також, того що це перша криптовалюта, її код було використано для створення великої кількості інших валют, на ринку криптовалют вона має найбільшу надійність, попит і ціну.

Стосовно другого кластера варто зауважити, що до його складу входять: MEC, XPM, WDC. У цьому кластері більш пов'язані між собою MEC, XPM і дещо слабший зв'язок з ними має WDC. Властивості кластера схожі до попереднього, проте валютою, що задає напрямок змін є XPM. Пояснюється це, насамперед, тим, що ця валюта має більшу капіталізацію і ціну, а отже і відповідно більшу довіру у людей. Зробити однозначні висновки про розвиток і взаємозв'язки інших валют у кластері досить складно, так як на дендограмі вони не прослідковуються.

Подальший аналіз передбачає побудову мінімального остівного дерева, яке відображено на рисунку 2.

В ідеї мінімального остівного дерева лежить наступне, якщо виявиться, що на дереві дві довільні валюти (компанії, чи інші об'єкти) з'єднані дугою, то це означає, що між ними

існують тісні економічні зв'язки, причому, якщо деяка вершина має велику кількість зв'язків, то вона є свого роду концентратором і має важливий економічний вплив на приєднані до неї об'єкти (валюти, компанії і т.д.).

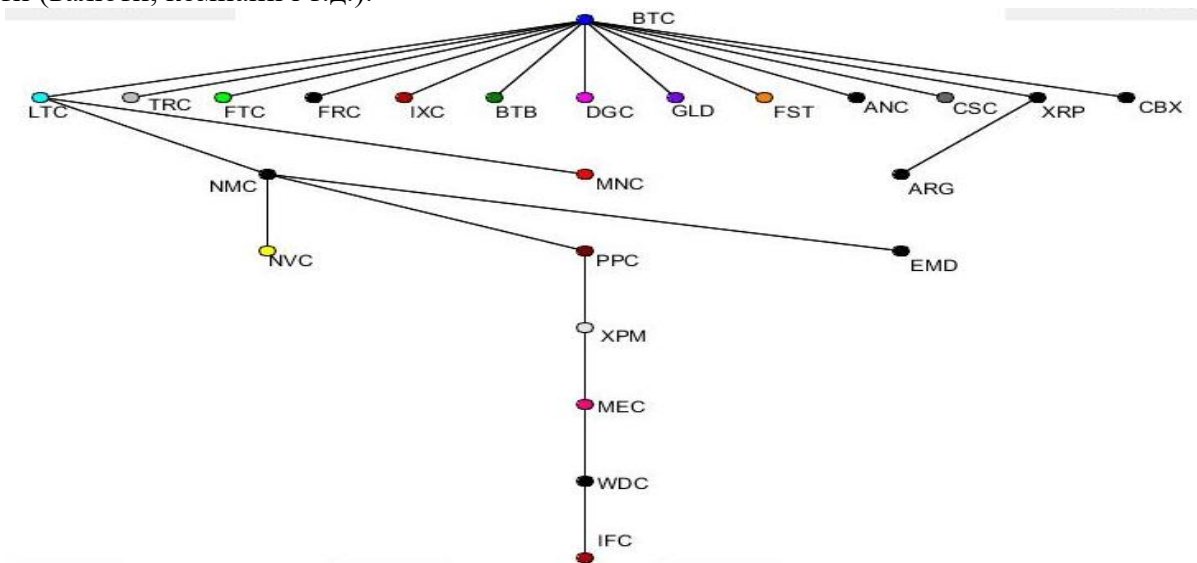


Рис.2. Граф мінімального остівного дерева крипторинку
Джерело: побудовано автором

Аналізуючи рисунок 2, можемо чітко виокремити 2 кластера. Перший, на чолі з BTC (біткоіном), який має найбільшу кількість зв'язків з різними валютами. Через що його припустимо назвати лідером, тобто тим, хто задає напрямок руху для інших валют. Водночас, ця валюта є свого роду концентратом і здійснює найбільший вплив на велику кількість інших валют.

Другий кластер очолює NMC. До цього кластера входить велика кількість валют, які схожі за економічним характером. Водночас, зауважимо, що сам NMC частково залежить від LTC.

Отже, аналіз побудованого нами мінімального остівного дерева дає підстави стверджувати, що лише 7 валют, що входять до кластерів мають яскраво виражені зв'язки, решта валют – не пов'язані між собою.

Цінність практичного використання цього метода полягає у можливості визначати, яка валюта здійснює суттєвий вплив на інші, а також у прийнятті рішень щодо диверсифікації ризиків (інвестуючи у валюти, що знаходяться у різних кластерах, тобто які між собою не пов'язані на пряму).

Список використаної літератури:

1. Дані курсу криптовалют. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://coinmarketcap.com/all/views/all/>.

Науковий керівник: завідувач кафедри моделювання економіки та бізнесу, д. е. н., доцент Кібальник Л. О.

Bakhtiyar Verdiyev Elshan
Azerbaijan Tourism and Management University

ECONOMICS AND ENTREPRENEURSHIP IN AZERBAIJAN

First and foremost, economics plays a significant role in the history of all countries. Actually, this essential field influences to the correct implementation of governments' policy in terms of tourism, agriculture, education and so on.

At the same time, economics is a crucial part of the Republic of Azerbaijan. Therefore, in order to regulate economic reforms, 34 laws, including privatization of state-owned property, banks and banking activities (generally all necessary laws were adopted for the establishment of a banking system conforming to market economy), property, foreign investment protection, leasing, land tax, laws on excises were adopted. Presidential decrees on liberalization of trade, commercialization of state commercial enterprises, leasing of unfinished buildings, assistance to small businesses and their development were adopted. In addition, state programs on privatization, entrepreneurship, farming, processing industry development were developed. Thus, the legal basis for the implementation of economic reforms in the republic was created and initial steps were taken in this direction. Within a short period of time thousands of private enterprises, dozens of independent banks (with the participation of foreign partners) began to function, more than 17,000 free leasing groups were created in the village, privatization of taxis and dwellings was started as the initial phase of the privatization program. Under the contracts, oil companies in the United States, England, Norway and Turkey were expected to invest about \$ 10 billion in the oil industry of our republic.

At present, the reforms carried out in the country under the leadership of Mr. Ilham Aliyev, the President of the Republic of Azerbaijan, have become wider and the foundation for transition to a qualitatively new, sustainable development stage in the socio-economic development has been laid. The main objective of the new phase is to ensure the sustainability of dynamic socio-economic development in the country in the long run on the basis of economic efficiency, social justice and environmental safety principles, improving the competitiveness of the national economy and its effective integration into the global economic system.

The continuous improvement of the business environment in the country for the development of entrepreneurship, improving the legislative framework in this area, attracting local and foreign investment, modern technologies, management practices, and the production of high-quality, competitive products are among the priorities of the economic development strategy set by the President of the Republic of Azerbaijan. Systematic implementation of state subsidies on entrepreneurship, improving the efficiency of state support for entrepreneurs has made significant progress in this area. State-owned relations have been developed and significant steps have been taken to improve the state regulation of entrepreneurship. Operational mechanisms for the protection of entrepreneurs' rights have been created and their interference has been reduced as a result of their application. Regular measures are being taken in the direction of entrepreneurship advice, information provision and development of business relations [1].

At the same time, a mechanism of state financial assistance to entrepreneurship has been created, and this resource is currently a real source for the needs of small and medium entrepreneurs. Normative-legal documents adopted in the field of entrepreneurship development, further improvement of the state financial mechanism of entrepreneurship have increased self-confidence in businessmen, stimulated entrepreneurship activity, especially new entrepreneurship subjects in the regions. Entrepreneurship entities operating in the country are now actively involved in social initiatives. The state always cares about the development of entrepreneurship and improvement of the business environment in our country. By the Order of the President of the Republic of Azerbaijan dated October 25, 2007, the Ministry of Taxes of the Republic of Azerbaijan was designated by the unified state registration body by the Order of the President of the Republic of Azerbaijan dated October 25, 2007 "On measures to ensure the organization of the activities of entrepreneurial activity subjects by a single window" and from January 1, 2008 started. Close cooperation with international organizations in the study and application of international experience in creating a favorable business environment in the country. As a result, the world practice through the use of the "one window" system for the registration of entrepreneurship subjects has been studied and its application has been started and business start up to 3 days.

Number of small business subjects

Indicators	2015	2016
Total number of small entrepreneurship of which natural persons-individual entrepreneurs	183271	187598
of which:		
agriculture, forestry and fishery	165424	170763
natural persons- individual entrepreneurs	3193	3340
industry	1534	1468
natural persons- individual entrepreneurs	4551	6152
construction	3310	4800
natural persons- individual entrepreneurs	2340	2422
trade; repair of transport means	895	935
natural persons- individual entrepreneurs	96731	96958
transport and stock holdings	89950	92537
natural persons- individual entrepreneurs	28443	28706
accommodation and food services activities	28131	28252
natural persons- individual entrepreneurs	14162	15390
information and communication	13638	15004
natural persons- individual entrepreneurs	491	596
real estate activities	-	-
natural persons- individual entrepreneurs	1592	1885
education	1297	1271
natural persons- individual entrepreneurs	234	501
human health and social work services
natural persons- individual entrepreneurs	313	484
other branches
natural persons- individual entrepreneurs	31221	31191
natural persons- individual entrepreneurs	26669	26496

In addition, according to the Decree of the President of the Republic of Azerbaijan dated November 11, 2008, the authorities of the single state agency on the principle of "single window" for the inspection of goods and means of transport crossing the state border checkpoints of the Republic of Azerbaijan have been entrusted to the State Customs Committee of the Republic of Azerbaijan, since its inception. Over the past years, procedures and regulations governing entrepreneurial activity

have been significantly liberalized, a mechanism of state funding for entrepreneurship has been launched, export duties have been abolished in the country and a maximum limit of 15% of import duties has been set. Along with this, positive changes have been made in recent years on the use of funds of the National Fund for Entrepreneurship Support. Thus, according to the Decree of the President of the Republic of Azerbaijan "Regulations on the National Fund for Entrepreneurship Support of the Republic of Azerbaijan" and "Rules of Using the Funds of the National Fund for Entrepreneurship Support" were approved. According to these rules, the amount of preferential loans granted to entrepreneurs has been increased, interest rates are reduced from 7 to 6, and 25 days are considered. At the same time, the total volume of loans granted to entrepreneurship subjects has increased. With this, businessmen have increased their access to loans. In line with the requirements of market relations, the process of small entrepreneurship development in the country's economy continued. New criteria for identifying small entrepreneurship subjects by types of economic activity have been approved by the relevant Decree of the Cabinet of Ministers of the Republic of Azerbaijan [2].

Work has been done to create e-commerce web portal and country's electronic economic map that will support entrepreneurs, especially agricultural producers, in the use of modern methods and technologies.

As a result of purposeful measures, the positive trends observed in the country's economy and in the development of its entrepreneurship continue to show itself.

List of References:

1. https://az.wikipedia.org/wiki/Az%C9%99rbaycan_iqtisadiyyat%C4%B1
2. <https://economy.gov.az/article/sahibkarl%C4%B1%C4%9F%C4%B1n-inki%C5%9Faf%C4%B1-dinamikas%C4%B1/21386>

Н. О. Волинець

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ДЛЯ СТАРТАПУ

У зв'язку з масовим поширенням мережевих технологій кардинально змінюються принципи відносин між суб'єктами господарювання завдяки виникненню нових можливостей розвитку. Виникають нові механізми ведення інноваційної діяльності: стартапи, краудсорсинг, спін-компанії, аутсорсинг інновацій.

Стартап —компанія, створена для швидкого зростання. Це означає, що не всі засновані «з нуля» компанії можуть називати себе стартапами. Немає значення сфера діяльності, технології, спосіб чи джерело залучення інвестицій, кінцевий продукт – зростання є основою і головною відмінною рисою, і все, що пов'язане з поняттям «стартап», так чи інакше пов'язане із зростанням в першу чергу [3, с. 26–30.].

Основним ресурсом для створення нового стартапу служить хороша новаторська ідея. Іншим фактором успішності цієї ідеї є її необхідність (ступінь необхідності для споживача).

Але перш ніж започаткувати стартап, необхідно скласти оптимальний бізнес-план його розвитку.

Складання бізнес-плану для стартапів має свої особливості та структуру і цей процес поділяється на декілька етапів.

Першим етапом складання бізнес-плану є проведення детального аналізу ринку, що дозволяє вивчити його поточні тенденції, рівень цін та конкуренції, а також оцінити ємність ринку і розглянути перспективи його розвитку.

При проведенні дослідження ринку доцільно використовувати офіційні дані Державної Служби статистики, профільних міністерств, бази митної служби, а також інформацію операторів ринку.

Наступним – другим етапом складання бізнес-плану та його важливою складовою є підготовка фінансової моделі – фінансового плану. Фінансовий план для стартап-проекту містить такі основні планові розрахунки:

1. Бюджет початкових інвестицій.
2. Планові обсяги продажів.
3. Детальний перелік операційних витрат та їх планові розміри.
4. Плановий розрахунок генерується підприємством виручки і грошового потоку.
5. Аналіз точки беззбитковості.
6. Розрахунок планових показників інвестиційної привабливості, прибутковості і рентабельності запланованого проекту.

Побудова адекватної фінансової моделі бізнес-плану спирається на кілька ключових факторів:

- якість, повнота та деталізація вхідної інформації;
- використання методології проведення розрахунків, що відповідає сучасній фінансовій практиці, що забезпечує правильність і надійність отриманих результатів.

Важливо пам'ятати, що якість і достовірність вхідної інформації матимуть визначальний вплив на реалістичність побудованої фінансової моделі.

Третій етап – це складання описової частини бізнес-плану, основою для чого служить побудована фінансова модель, доповнена результатами проведеного ринкового дослідження. При підготовці описової частини бізнес-плану доцільно використовувати рекомендації одного з існуючих міжнародних стандартів: UNIDO, ЄБРР, TACIS та ін.

У цьому процесі важливо вміти відділити потрібну інформацію, тобто інформацію першого ступеня важливості, від додаткової, яка може бути представлена у додатках до бізнес-плану або пред'явлена на вимогу [2, с. 90-93]. Якщо порівнювати типову структуру бізнес-плану із бізнес-плану для стартапу, необхідно зазначити, що вони мають деякі відмінності. Бізнес-план для стартапу має три основних етапи складання, які поділяються на декілька, а типовий бізнес-план у своїй структурі має 10 розділів, , кожний з яких має своє цільове призначення та специфіку. Ще однією особливістю в структурі складання бізнес-плану для стартапу є те, що в першому розділі оцінюються реальні можливості успіху в започаткуванні бізнес-проекту та оцінюється загальний стан на ринку.

Коригування бізнес-плану здійснюється поступово, в міру виконання робіт із проекту, що дозволяє підготувати його фактичний бюджет. При цьому важливо зберегти як вихідний документ, так і відкоригований, щоб оперативно виконувати аналіз відхилень інвестиційного бюджету, продажів і рівня операційних витрат. Такий аналіз дозволить отримати інформацію про інвестиційну привабливість і рентабельність проекту в процесі його реалізації та вчасно реагувати на можливі негативні тенденції. [1, с. 87-91]

Таким чином, підготовка бізнес-плану для стартап-проекту є комплексним і трудомістким процесом, який вимагає наявності знань в різних галузях, специфічних навичок, необхідних для проведення аналізу ринку, збору інформації і підготовки фінансової моделі, а також безпосередньої підготовки текстової частини бізнес-плану.

Список використаної літератури:

1. Гаврилов А. О. Використання бізнес-планування як інструменту для прийняття інвестиційних рішень [Текст] / А. О. Гаврилов // Економіка та держава. – 2009. – №5. – С. 87-91.
2. Губені Ю. Е. Сучасні методи у бізнес-плануванні [Текст] / Ю. Е. Губені, І. І. Костецька // Економіка АПК. – 2011. – №6. – С. 90-93.
3. Корнух О. В. Стартап як прогресивна форма інноваційного підприємництва / О. В. Корнух, Л. В. Маханько // Інвестиції : практика та досвід. – 2014. – № 23. – С. 26–30.

Науковий керівник: професор економіки підприємства, обліку і аудиту,
д.е.н. Яценко О.В.

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Резюме. Современное общество должное внимание обращает на социально – экономическое развитие страны. Цель социально – экономического развития показывает характерную для национальной перерабатывающей промышленности резкий скачок валютного курса. Поэтому, девальвация маната должна была способствовать росту экспорта, и снижению импорта.

Таким образом, увеличение экспорта продукции является главным условием для последующего снижения импортозависимости.

Ключевые слова: перерабатывающая промышленность, национальная валюта, валютный курс, качество продукции, экспорт, импорт.

Summary. Modern society takes on the social and economic development of the country. The social and economic development of the country is characterized by the fact that the national repercussions of industrial disarmament are the result of the devaluation of the currency. Therefore, the devaluation of the manat should have contributed to the growth of exports, and reduce imports.

Thus, an increase in the export of products is the main condition for the subsequent reduction of import dependence.

Keywords: processing industry, national currency, exchange rate, product quality, export, import.

Современное общество должное внимание обращает на социально-экономическое развитие страны. Цель социально – экономического развития показывает характерную для национальной перерабатывающей промышленности резкий скачок валютного курса. Дело в том, что по известному теоретическому факту девальвация маната должна была способствовать росту экспорта, и снижению импорта. Но данное ожидание не оправдало себя. А самое важное в экспорте продукции перерабатывающей промышленности произошли снижения [1].

Несмотря на повышение в манатах более двух раз стоимости импортирования, в импортировании некоторых продуктов произошли даже очень сильные повышения, это объясняется двумя причинами:

- некоторые продукты импортирования являются важным сырьем для перерабатывающей промышленности (например, сухое молоко) и их производство в Азербайджане не организовано;
- импортирование определенных продуктов повысилось с целью замены других более дорогих продуктов (например, растительные масла заменили сливочное масло)

Попытка замены некоторых дорогих продуктов более некачественными продуктами было неудачной. Например, замена сливочного масла маргарином подверглась фиаско, а это, по всей вероятности, может разъясниться традициями питания, которые испокон веков существует в Азербайджане.

Сильное снижение в потреблении сливочного масла в первую очередь компенсировано за счет растительных масел, так как в 2014-2016 гг. потребление последних как продуктов повышено на 50%, а переработка на 6%. На этом фоне снижение вместо увеличения внутреннего потребления опять таки подтверждает наши гипотезы – несмотря на повышение стоимости в манатах импортирования, слабость внутренних производственных сил не смог воспользоваться этим моментом: внутреннее производство вместе увеличения снизилось на 23%, а импортирование увеличилось на 19%. Снижение экспортирования на 83%, а также увеличение на 53% остатков, оставшихся на конец года способствует повышению внутренней потребности в растительных маслах и благоприятности торговли (таблица 1).

Таблица 1.

Запасы (резервы) и использование растительных масел, тонны

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2016: 2014
ЗАПАСЫ (РЕЗЕРВЫ)							
Остаток на начало года	13204	13019	18489	17065	18380	18426	
Производство	79957	99808	100159	106874	106645	82250	0,77
Импортирование	105715	134440	115185	129571	129126	153577	1,19
Итого запасов	198876	247267	233833	253510	254151	254253	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ							
Использованы как продовольственные продукты	82875	78636	81403	101814	119672	153100	1,50
Переработаны	45000	69000	52971	55554	55653	58644	1,06
Экспортирование	57302	80267	81615	76895	59529	13009	0,17
Потери	680	875	779	867	871	1369	1,58
Остаток на конец года	13019	18489	17065	18380	18426	28131	1,53
Итого использование	198876	247267	233833	253510	254151	254253	

Составлена на основании сведений [2]

Например, в течении 2014-2016 гг. импортрование сахарно-мучных кондитерских изделий повысилось на 46%, потребление сухарей и печенья, кондитерских изделий, хранившихся долгое время повысилось на 17%. Вспомним, что повышение импортрования произошли и в растительных маслах и маргаринах (таблица 5 и 6), это мы объяснили возмещением сливочного масла, импортрование которого резко снизилось. Тут тоже по всей видимости, положение аналогичное. Так как при условиях резкого повышения цен мяса, масла и других продуктов, возмещение их мучными изделиями естественно.

Список использованной литературы:

1. Алирзаева Т. Курс валют в Азербайджане и опыт Азербайджана. // Журнал «Центральный банк и экономика», 2013, N2, стр. 45-61.
2. Гасанов Т. Расчет риска обменного курса: подход к риску. // Журнал «Центральный банк и экономика», 2013, N2, стр. 114-129.
3. Зульфугаров А., Юсифзаде И., Мамедова А. Окончивание на основе экспозиции. // Журнал «Центральный банк и экономика», 2014, N1.

*Gurbanova Nuray Huseyn**Azerbaijan Tourism and Management University***FACTORS DEFINING THE STABILITY OF FINANCIAL SYSTEMS**

Abstract. The article presents an approach to the analysis of financial stability at the national level through an assessment of the factors and indicators forming it. The concept of "financial stability" is clarified; the main elements and functions of the state financial system are described. Internal and external factors of financial stability are identified; a set of indicators for their quantitative evaluation is developed. In addition, the transformation of the economy is accelerating, accompanied by financial crises. Therefore, punctual planning of the financial system is acquiring particular relevance, based on the econometric modeling of its indicators and being more flexible and adaptive.

Key words: financial system, financial stability, financial instability, financial crisis, factors of financial stability.

Ensuring financial stability is among the priorities of the economic policies of many countries. Consequences of the global financial crisis pose governments with the need to solve new

problems every day. The whole world is following with genuine attention the reports about the preconditions of Greece default, lowering the credit rating of the United States and France, problems of the Chinese economy, decisions on the preservation of the euro area, etc. Indeed, financial globalization not only increased the economic efficiency of financial systems, but also changed the nature of financial risks, which has repeatedly led to financial instability [2; 4]. In a global economy, both firms and households become too dependent on events in other regions of the planet. All this forces us to pay serious attention to the problem of stability of the financial system, or financial stability.

Meanwhile, there are still ongoing discussions about what is meant by financial stability and what to include in the financial system. It is obvious that without a theoretical understanding of these concepts it is difficult to talk about building an effective system to ensure the stability of the financial system. With regard to financial stability, there are quite a few definitions in documents of central banks of different countries [1]. The focus is mainly on, traditional for Western science, key functions of the financial system (for example, the availability of credit or payment services), “shocks” that disrupt the functioning of the financial system, and the ability of the latter to resist them. Analysis of the work of scientists on the problems of financial stability allows us to distinguish two different approaches: some researchers prefer to build on the definition of financial instability (F. Mishkin [3], R. Ferguson [5], U. Allen, G. Wood [7], etc.), others are attempting to define financial stability (A. Crockett [6], M. Foote [9], G. Shinazi [10], and others). If you try to highlight the common in the existing definitions, it should be noted that, first, the functions of the financial system are often mentioned, including its role in directing (distributing) savings into productive investment or its central role in the payment system. Second, it is recognized that instability often results from unforeseen shocks affecting the financial system. Third, many definitions mention the possible effects of financial instability affecting the economy as a whole. Finally, financial stability is considered as a factor of confidence in the financial system.

The most reasonable is the approach to the concept of financial stability proposed by G. Shinazi [8, p. 2–3; 10], who argues that the financial system is in the range of stability if it: 1) facilitates the efficient allocation of economic resources both in space and in time, as well as other financial and economic processes (for example, saving and investing funds, lending and borrowing, education and distribution of liquidity, asset pricing and, ultimately, wealth accumulation and production growth); 2) allows assessing, quoting and distributing financial risks and managing them; 3) retains the ability to perform these important functions, even in the face of external shocks or when increasing imbalances, has the ability to limit and eliminate imbalances through self-correcting mechanisms before they lead to a crisis. Financial stability is not a definite stable state or direction of dynamics, but a certain range or continuum that is multifaceted and encompasses many observable and measurable variables that can be used to quantify the effectiveness of the financial system.

N.N. Nazarov and M.I. Kankulov [12, p. 7] believe that the financial system is a combination of four interrelated areas: 1) finance - a set of monetary relations (relations on education and use, firstly, of the budget fund, secondly, of extra-budgetary funds, thirdly, of insurance funds); 2) financial institutions (financial apparatus - President of the Republic, Government of the Azerbaijan Republic, Ministry of Finance of the Azerbaijan Republic, etc.); 3) financial policy (management principles, financial forecasting, financial programming, etc.); 4) financial (cash) funds (budget fund, extra-budgetary funds, insurance fund). Thus, from this point of view, everything related to public finances is related to the financial system. Obviously, with such an approach, the problem of the stability of the financial system actually turns into a problem of balancing the budget system, which seems rather controversial.

The financial system, like any other, is multifaceted, which greatly complicates the process of its analysis, despite the presence of internal integrity and unity [11]. That is why it is common to use parametric criteria - financial indicators [14–16] for conducting a comprehensive assessment of financial systems, as well as for analyzing the financial markets that make up these systems.

In a broad sense, indicators should be understood as value indicators used to characterize the financial position of business units (state, region, enterprise, etc.) [13]. In a narrow sense, financial

indicators are considered as a set of indicators characterizing both the financial market as a whole and its various segments: money, currency, stock (securities market), derivatives market and insurance market [19].

In my opinion, this interpretation of the financial indicator is narrow for approbation of the econometric modeling of the entire financial system, because it allows us to characterize only some of its sides. I believe that the indicators of the financial system are legitimate to understand the quantitative characteristics of financial markets (stock, insurance, credit, and currency), assets and liabilities of national business entities, state municipal financial institutions.

In today's difficult economic conditions, the development of monetary credit policy is a fundamental factor for stabilizing the economy of the country. And the banking sector acts as one of the most important components of the financial system [17, 18]. At the same time, since the beginning of the 20th century, the asset market has been considered as a factor influencing the economic growth of the state and, consequently, of the national financial system.

Considering the above, we suggest using as indicators of the financial system:

– credit expansion of commercial banks, expressed in terms of the volume of loans issued by commercial banks;

– prices on the asset market, the growth rates of which, among other things, are factors in the development of financial crises [21].

Currently, the Central Banks regulate the activities of commercial banks by setting the required reserves ratio. In my opinion, this tool does not apply to effective measures to stabilize the banking system, since it is powerful: even a small calibration of standards in the direction of increasing those leads to a significant change in the money supply. For example, on 2016, the Central Bank (in accordance with the recommendations of the IMF) increased reserve requirements, thereby reducing the lending activity of commercial banks due to a reduction in their money supply.

Positive measures taken by the Central Bank to replace external sources with internal sources should include a reduction in the key rate.

Nevertheless, while maintaining the key rate at a 5 percent level, the country has virtually no chance for accelerated socio-economic development, since this value of the rate does not allow organizations to take substantial amounts of credit for the development of production, renewal of fixed assets and modernization of production [22].

References:

1. Alawode A., Al Sadek M. What is financial stability? // Financial Stability Paper Series. 2008. № 1. March.
2. Киселев М.В. Тенденции мирового рынка деривативов // Бизнес, менеджмент и право. 2009. №1.
3. Mishkin F. Global financial instability: framework, events, issues // Journal of economic perspectives. 1999. Vol. 13. №4.
4. Семернина Ю.В. Основные индикаторы российского рынка ценных бумаг // Вестник СГСЭУ. 2010. № 2 (31).
5. Ferguson R. Should financial stability be an explicit Central bank objective? // Monetary stability, financial stability and the business cycle: five views, BIS Paper. 2003. № 18. September.
6. Crockett A. Why is financial stability a goal of public policy? // Maintaining financial stability in a global economy: symposium proceedings. Federal Reserve Bank of Kansas City. 1997. August.
7. Allen W., Wood G. Defining and achieving financial stability // Journal of financial stability. 2006. June.
8. Шинази Г.Дж. Сохранение финансовой стабильности // Вопросы экономики. 2005. № 36.
9. Foot M. What is “financial stability” and how do we get it? // The Roy Bridge Memorial Lecture. Financial Services Authority. 2003. April.
10. Schinasi G. Defining financial stability // IMF Working Paper. № WP/04/187. 2004. October.
11. Каурова Н.Н. Методологические подходы к управлению открытыми финансово-экономическими системами // Научно-исследовательский финансовый институт. Финансовый журнал. 2012. № 4. С. 29–40. URL: http://www.nifi.ru/images/FILES/Journal/Archive/2012/4/fm_2012_4.pdf
12. Назаров Н.Н., Конкулова М.И. Понятия «финансовая система» и «бюджетная система» в теории финансов // Финансы и кредит. 2004. № 19 (157).
13. Ромашкина Р.К. Система индикаторов российского финансового рынка: направления развития // Экономика и предпринимательство. 2015. № 11-2. С. 45–48.
14. Эскиндаров М.А. Устойчивость финансовой системы России: индикаторы и критерии оценки // Вестник Финансового университета. 2012. № 2. С. 8–18.

15. Рыжкова Т.В. Энтропийные показатели финансовой системы предприятия // Вестник МГТУ Станкин. 2012. № 2. С. 124–127. URL: http://www.stankin.ru/science/vestnik-mgtu-stankin/archive/vestnik_20_2012.pdf
16. Боткин И.О., Ишманова М.С., Виноградова О.С. Особенности проявления индикаторов-предвестников банковского кризиса в Российской Федерации // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. 2015. Т. 25. № 5. С. 15–23. URL: http://ru.vestnik.udsu.ru/files/originsl_articles/vuu_15_025_02.pdf
URL:http://ru.vestnik.udsu.ru/files/originsl_articles/vuu_15_025_02.pdf
17. Вишнякова Е.А. Новые инструменты Центрального Банка Российской Федерации // Интернет-журнал Науковедение. 2015. Т. 7. № 5. URL: <http://naukovedenie.ru/PDF/122EVN515.pdf>
18. Каранина Е.В. Финансовая безопасность банковской системы как основа устойчивости экономики России // Вестник Академии. 2015. № 4. С. 46–57.
19. Криничанский К.В. Состояние и проблемы развития финансового рынка в России // Журнал экономической теории. 2013. № 3. С. 68–81. URL: http://www.mirkin.ru/_docs/articles13-28.pdf
20. Васильева Е.А., Пономаренко А.А. Роль монетарного анализа и показателей цен на активы в идентификации фундаментальных финансовых дисбалансов // Деньги и кредит. 2010. № 1. С. 59–67.
21. Nechaev A., Antipin D., Antipina O. Financial and Tax Instruments for Stimulation of Enterprises Innovative Activity. Problems and Perspectives in Management, 2014, vol. 12, iss. 2, pp. 173–180.

Научный руководитель: заведующая кафедрой «Маркетинг», доцент Годжаева Эльмира М.

І. І. Гурип

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ МОДЕЛІ УІЛСОНА УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ ЗАСОБАМИ MICROSOFT EXCEL

Управління запасами – складова частина єдиної системи поточного управління оборотним капіталом, від ефективності цього процесу залежить можливість підтримки ліквідності та платоспроможності компанії.

Метою цього дослідження є детальний аналіз особливостей реалізації моделі управління запасами Уілсона засобами Microsoft Excel.

Розрахуємо оптимально найкращі реальні розміри партії товару, інтервали між замовленнями і загальні витрати бази за місяць за допомогою моделі Уілсона [1]. При її побудові використовуються наступні параметри.

1. Вхідні:

W – інтенсивність споживання запасу (од. товару / од. часу);

C_1 – витрати на збереження запасу (гр. од. / од. товару . од. часу) ;

C_0 – витрати на здійснення замовлення (гр. од.) ;

T – тривалість розрахункового періоду (од. часу).

2. Вихідні:

Q^* – оптимальний розмір замовлення (од. тов.);

τ – інтервал між точками замовлення (од. часу);

S – загальні витрати на керування запасами у плановому періоді (гр. од).

Цикли зміни рівня запасу в моделі Уілсона графічно представлені на рис.1. Усі цикли зміни запасів є однаковими, максимальна кількість продукції, що знаходиться у запасі, збігається з розміром замовлення Q .

Для вирішення даної задачі доцільно використовувати табличний редактор Microsoft Excel.

Розглянемо модельний приклад. Магазин замовляє і зберігає деякий неподільний товар. Щоденний попит на товар 125 одиниць, вартість замовлення і доставки партії товару 85 гр. од., вартість збереження одиниці товару протягом доби 0,06 гр.од. Розрахувати оптимальні і найкращі реальні розміри партії товару, інтервали між замовленнями і загальні витрати магазину за місяць. [2].

Рівень запасу

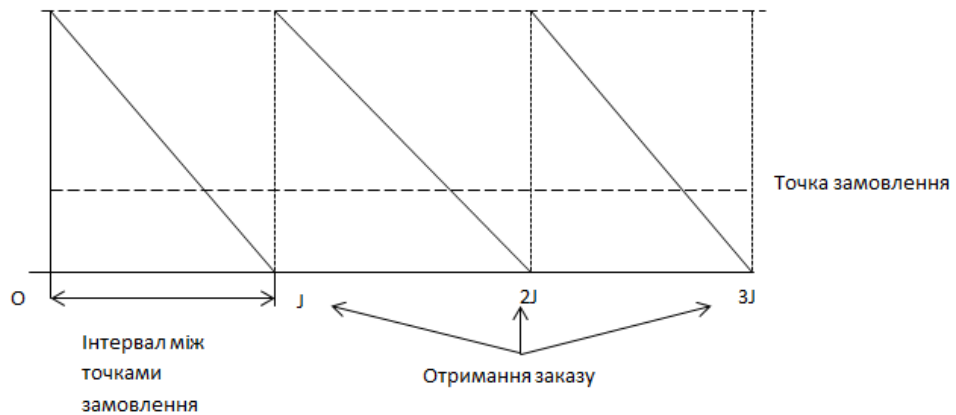


Рис. 1. Цикли зміни рівня запасу в моделі Уілсона [1]

1. Необхідно задати цільову функцію і систему обмежень:

а) обсяг постачання – ціле число:

$$F(x) = C_0 \cdot \frac{W \cdot T}{Q} + C_1 \cdot \frac{Q}{2} \cdot T \rightarrow \min$$

Q = ціле;

б) інтервал між постачаннями – ціле число:

$$F(x) = C_0 \cdot \frac{W \cdot T}{Q} + C_1 \cdot \frac{Q}{2} \cdot T \rightarrow \min$$

τ – ціле.

2. Необхідно створити екранну форму для введення вихідних даних, ввести дані і формули для розрахунку. Екранна форма з прикладом введених вихідних даних і формул для розрахунку представлена на рис. 2.

	A	B	C	D
1		Оптимальне рішення	Найкраще рішення	
2			Об'єм поставки, ціле	Інтервал поставки, ціле
3	Щоденний попит на товар W од.	125	125	125
4	Ціна замовлення і доставки партії товару С ₀ грош. од.	85	85	85
5	Ціна зберігання одиниці товару протягом доби С ₁ грош. од.	0,06	0,06	0,06
6	Об'єм поставки	КОРЕНЬ(2*B4*B3/B5)		D7*D3
7	Інтервал поставки	B6/B3	C6/C3	
8	Загальні витрати	B4*B3*30/B6+B5*B6/2*30	C4*C3*30/C6+C5*C6/2*30	D4*D3*30/D6+D5*D6/2*30

Рис. 2. Екранна форма з прикладом введених вихідних даних і формул для розрахунку

3. Вирішити задачу:

Для цього необхідно викликати вікно "Пошук рішення" і задати необхідні параметри. Проводимо аналогічну операцію з інтервалами між постачаннями. Провівши ці операції отримуємо результати, що наведені на рис. 3.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1		Оптимальне рішення	Найкраще рішення							
2			Об'єм поставки, ціле	Інтервал поставки, ціле						
3	Щоденний попит на товар W од.	125	125	125						
4	Ціна замовлення і доставки партії товару Co грош.од.	85	85	85						
5	Ціна зберігання одиниці товару протягом доби C1 грош.од.	0,06	0,06	0,06						
6	Об'єм поставки	595,12	595,00	625,00						
7	Інтервал поставки	4,76	4,76	5,00						
8	Загальні витрати	1071,21	1071,21	1072,5						
9										
10										
11										

Рис. 3. Результати вирішення задачі

Таким чином, з результатів рішення випливає, що для мінімізації загальних витрат, пов'язаних з управлінням запасами, магазин повинен замовляти відповідний товар у розмірі 595,12 од. через 4,76 дня.

Однак, оскільки товар, що закуповується магазином, по-перше, є неподільним, а по-друге, практична реалізація подачі замовлення через 4,76 днів неможлива, був проведений пошук оптимального рішення з врахуванням:

- приведення розміру партії до цілого числа;
- подачі замовлень через ціле число днів.

У результаті отримано наступне оптимальне рішення:

- найкращий розмір партії товару дорівнює 625 од.;
- інтервал між замовленнями 5 днів;
- загальні витрати магазину за місяць складуть 1072,5 гр. од/міс.

Список використаної літератури:

1. Лотоцкий В.А. Модели и методы управления запасами / Лотоцкий В.А., Мандель А.С.. – М.: Наука, 2006.– 324 с.
2. Стерлигова А.Н. Оптимальный размер заказа, или загадочная формула Вильсона / Стерлигова А.Н., Семенова И.В. // Логистик & система. – №2. – С. 64-69. – №3. – С. 62-71. – 2005. – М.: ООО "Акцион-пресс", 2005.

Науковий керівник: доцент кафедри моделювання економіки і бізнесу, к.ф.-м.н., доцент
В. С. Денисенко

Huseynova Turana Amil
Azerbaijan Tourism and Management University

CURRENT PROBLEMS OF FINANCIAL SUSTAINABILITY OF BANKS

Summary. In a market economy, financial sustainability is a topical and sensitive problem that requires continuous research. This problem requires research in the world and in the economy for many years and has maintained its relevance. as well as the quality improvement and renewal, as well as the occurrence of unexplored new problems associated with modern economic processes always require continuous research and continuous research. , new banking products and banking activities have changed dramatically.

Key words: Commercial bank, Bank crisis, Bank stability, Functions, Capitalization, Bank assets, Bank's resource base optimization, Optimization of the value structure of the bank, Increasing the share of earnings, Diversification of the Bank's revenue sources.

Banks are an integral part of the modern monetary economy, and their activities are closely linked to the re-production. Banks create the basis of the market mechanism in which the country's economy operates. Commercial banks are designed to help ensure the most economical use of the company's financial resources and investment flows in the country's economy, and to regulate all cash flows.

The concept of "financial sustainability" has many comments now. However, there is no clear definition of "financial sustainability" in relation to commercial banks. Among researchers in this field V.V. Ivanova, Yu.S. Maslennikova, R. M. Karimov, O.M. Bogdanov, V.V. Rudko-Silivanova, V.B. Tikhonina and others. At the same time, authors propose different approaches to the interpretation of the definition of "commercial bank financial stability"[1].

So V.V. Ivanov pointed out that the financial stability of a bank could be assessed by the quality of asset, capital adequacy and business indices in the work of reviewing commercial banks' financial status. According to Karimov, if a fixed capital is available, the commercial bank's position is stable, it has a liquidity balance, meets the solvency and capital quality requirements. O.M. Bogdanov has a great importance in determining the bank's financial sustainability and has given his recommendations in this area. V.B. Tikhonin understands and relies on resistance to destructive fluctuations, while maintaining financial stability of the bank, engaging individuals and legal entities, opening and maintaining bank accounts, and placing debt on their own behalf and on terms of payment at their own expense. That is, the author pays attention to the ability of the bank to provide a complex of adequate quality banking services [2].

The current phase of the banking system is characterized by some stabilization and mid-term development after a number of experienced systems crises. At this stage, banks are beginning to have a more balanced approach to the assessment of all risks, including the risk of interbank transactions. On the other hand, bank clients, both legal entities and individuals, have become more responsive and demanding to the service bank.

Determining the real estate status of the commercial bank is very important for many shareholders and depositors, not for the bank itself. They need to be convinced of the financial well-being of a particular bank, and their development brings them real benefits. Financial instability can lead to bankruptcy. Therefore, the need to study the financial sector, in particular the commercial banks, in modern conditions is no doubt.

The stability of banks has a significant impact on the country's economy. The stability of banks can only be achieved through the use of scientific, proven international practices and management techniques. The emergence of a competitive banking system puts a new level of responsibility for both the macro-level and the individual banks' financial efficiency of state-owned banks. The likelihood of new structures increases the likelihood of unpredictable changes and forces banks to develop flexible management policies for their employees, their professionalism, quality of training, and employee benefits [3].

From this point of view, the activity of each commercial bank is in the focus of broad market participants who are interested in the outcome of its activities.

In order to ensure that the Bank survives in modern conditions, it should be primarily an organization to assess the financial position of both the Bank and its potential competitors.

Financial condition is one of the most important features of the Bank's economic activity and is the basis for financial stability. They determine their competitiveness, business co-operation potential, and evaluate the Bank's and its partners' economic interests in terms of financing and production.

However, Russian-Kazakh economists and practitioners agree on one thing: financial stability of a commercial bank - the current financial situation is stable. This reflects the state of the financial resources that the commercial bank can effectively utilize freely maneuvering money to ensure an uninterrupted process of economic activity [4].

The modern banking system offers a wide range of services, from traditional deposit-credit and cash-accounting operations that determine the basis of banking services - to new types of money and financial instruments used by banking institutions. By implementing banking operations, commercial banks maintain stability and reliability in their market relations, achieving their consistency and balance [5].

All aspects of commercial banks' operations and activities are combined with a strategy for managing the bank directly and the purpose is to achieve profitability and liquidity. These are integration criteria for evaluating the effectiveness and validity of commercial banks, depending on their policies for attracting financial resources, as well as the policy of bank placement in the areas of credit and investment systems. These two aspects of commercial banks' operations are interconnected and interconnected. An important economic role of commercial banks has substantially expanded their scope of activities. Perform the following basic functions:

- mobilizing temporarily free funds and turning them into capital;
- lending of enterprises, the state and the population;
- issuance of circulation credit instruments (credit money);
- calculations and payments in the economy;
- emission-founder activity;
- It is advisable to provide economic and financial information.

At the present stage of commercial banks' activity, they tend to be universalized, which is explained by the influence of competition. In order to increase the effectiveness of the banking activity, the banking legislation of the industrialized countries stimulates competition by creating equal conditions for the activities of various credit institutions. Within this tendency, the concept of banking relations with customers changes, mainly new banking areas are created. This does not result in an increase in the number of services offered to customers, but also on the quality change in the structure of transactions, the decline in the share of credit and savings transactions, and the increase in transactions with securities.

Recently, banking operations have witnessed insurance operations that provide customers with debt repayments, increased deposit amount for sickness or accident, and mobilization of insurance policies by selling them to the public. Banks have a large branch and branch office for insurance companies and their own countries and banks insurance companies that are beneficial for insurance companies that have access to networks [6].

A number of generalized indicators characterizing the current state and development of the banking sector in Azerbaijan are at a low level in contrast to developing countries. One of the major shortcomings in the country's banking system is the low level of capitalization and banking assets in the banking sector. According to international practice, the level of development of the banking sector in each country is characterized by the ratio of aggregate assets to GDP in the country. The level of these 70 indicators in the country is 42%. In CIS, this figure is 102%, Ukraine 63.5%, Russia 75%, Moldova 52%, Eastern Europe 60% -100%. One of the main reasons for determining the situation is the current structure of the aggregate assets of the banking sector [7].

Management solutions to improve the Bank's financial position include:

1. Optimizing the Bank's value structure. It is proposed to revise the existing system of salary system to reduce unproductive costs associated with the cost of functional expense: the introduction of progressive forms and premium rates based on employee certification, giving the bonus system and the bonus system an additional bonus to employees of different departments, results.

2. Optimization of the Bank's resource base. It is necessary to issue securities for the Bank's attracted and optimal ratio of its own funds. This will increase the bank's own capital, which will increase the volume of active operations, and will further expand the bank's operations. As a result, the bank is expected to earn additional revenues, which can be distributed to the bank's reserve fund. Capital increase will also increase the bank's reliability.

3. The income sources of the operating assets and, respectively, the bank diversification This direction can also be achieved by issuing securities. In addition to the stocks required for the exercise of the previous event, shares sold at a price higher than their nominal value will be sold to third-party investors. It will have a positive impact on the profitability of transactions with securities.

4. Increasing the share of earning assets. Since the Bank receives principal borrowings, the bank is invited to send free money for the development of a single line of credit [8].

The Bank must meet a number of requirements to be recognized as a reliable and financially stable bank: large legal funds and balancing currencies, operations in the financial market, effective management structure, partnerships with reliable customers, high and stable returns levels and so on.

The proposed measures will increase the level of profitability of the bank, increase revenues and improve the quality of assets and liabilities, which will have a positive impact on the bank's financial position and stability.

Literature:

1. Law "On Banks and Banking Activity" in the Republic of Azerbaijan. Baku 1996
- 2.R.A.Bashirov.-Interactive lesson on banking discipline, Baku-2014
3. Alasgarov-Monetary Policy and Global Challenges, Baku 2014
- 4.L.Yusifzade - The Central Bank of the Republic of Azerbaijan, Research and Development Center, Baku-2011
- 5.A.Shakaraliyev-Economic Policy of the State: Realities and Perspectives, Baku-2009
- 6.www.azstat.gov.az - State Statistical Committee
- 7.www.maliyy.gov.az - Ministry of Finance
- 8.www.cbar.az-Mərkəzi Bank

Научный руководитель: заведующая кафедрой «Маркетинг», доцент Годжаева Эльмира М.

Д. М. Дзюбан

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РОЗВИТОК КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Кадровий потенціал займає одне з перших місць у структурі потенціалу підприємства. Менеджери вищої ланки та власники підприємств усвідомлюють, що персонал – це найважливіша підсистема підприємства і від її ефективної роботи залежить ефективність роботи підприємства, прибутковість. Серед актуальних проблем, які потребують якнайшвидшого розв'язання, особливого значення для економічного розвитку України є політика кадрового забезпечення галузей національного господарства та інфраструктури підготовки кадрів, яка була б спроможна повністю задовольнити національний ринок праці, сформувати та розвинути конкурентоспроможний кадровий потенціал на зовнішніх ринках України.

Управління кадровим потенціалом – це найважливіша функція кожного підприємства. Саме відповідне управління кадрами дозволяє забезпечити досягнення конкурентних переваг, ефективності праці, максимальної трудової віддачі персоналу. В сучасних ринкових умовах кадровий потенціал слід розглядати як сукупні можливості здібності працівників, які необхідні для здійснення дій, що забезпечують стратегічну перевагу серед конкурентів [4].

На більшості підприємств відсутня система розроблення й реалізації програми управління кадровим потенціалом (рис.1).



Рис. 1. Складові забезпечення розвитку кадрового потенціалу підприємства [4]

Сам по собі накопичений кадровий потенціал не є остаточним вирішенням всіх проблем, які виникають у процесі господарювання. Для підприємств може бути небезпечна ситуація при якій кадровий потенціал надмірно зріс, тобто на його зростання були витрачені суми, що перевищують рівень економічної доцільності. У цьому зв'язку, проблема управління підвищенням кваліфікації кадрового потенціалу є двоякою [2].

Необхідність розвитку кадрового потенціалу визначається, в першу чергу, тим, що певні якості, здібності і можливості працівників можуть бути як задіяні, так і незадіяні у трудовій діяльності, тобто вони є гнучкими утвореннями, що володіють здатністю розвиватися і змінюватися.

Управління цим розвитком повинно здійснюватися постійно з урахуванням динаміки еволюціонування організації як на етапі формування, так і в процесі використання кадрового потенціалу [4]. З рисунка 1 можна зробити висновок, що система організаційного забезпечення являє собою взаємозалежну сукупність внутрішніх структурних служб і підрозділів підприємства, що забезпечують розробку й прийняття управлінських рішень за окремими аспектами його кадрової діяльності, і несуть відповідальність за результати цих рішень [1].

Кадровий потенціал характеризується мінливістю (нестабільністю), що закономірно пов'язана з його активністю, як відповідною реакцією на зміну умов зовнішнього середовища: макроекономічних, політичних, соціальних, демографічних, правових, ринкових чинників, а також внутрішньої структури підприємства[3].

Зміна величини кадрового потенціалу підприємства відбувається за рахунок:

- руху кадрів (звільнення, додаткового прийому працівників);
- зміни кваліфікації як через її підвищення, так і через зниження (застарівання знань, втрати вмінь);
- зміни (підвищення або зниження) мотивації працівників;
- створення умов, що сприяють прояву індивідуально кваліфікаційного потенціалу і професійних характеристик працівника;
- виникнення конфліктних ситуацій у колективі.

Проаналізована інформація обґрунтовує важливість формування управлінського впливу на кадровий потенціал. Слід зазначити, що сучасні українські підприємства у своїй більшості мають проблеми у сфері управління кадровим потенціалом, а саме: відсутність інноваційної спрямованості кадрової політики та використання вдалого досвіду закордонних підприємств.

Отже, в сучасних економічних умовах розвиток кадрового потенціалу підприємств необхідно розглядати в числі пріоритетних сфер функціонування організації. На процес розробки і реалізації стратегії прямо впливають якісні характеристики персоналу, а допущені помилки можуть привести до втрати капіталовкладень, тому механізм управління кадровим потенціалом має бути адаптований до змін у структурі підприємств.

Список використаної літератури:

1. Білорус Т.В. Стратегічне управління кадровим потенціалом підприємства: монографія / Т.В. Білорус. — Ірпінь: Національна академія ДПС України, 2007. — 174 с.
2. Римаренко В.О. Розвиток кадрового потенціалу підприємств харчової промисловості [Електронний ресурс] / В.О. Римаренко. — Режим доступу: http://vuzlib.com.ua/articles/book/Rozvitok_kadrovogo_potencial
3. Савицька Г.В. Економічний аналіз: підручник / Г.В. Савицька. — К.: Нове знання, 2007. — 679 с.
4. Череп О.Г. Управління кадровим потенціалом підприємств машинобудування Запорізької області / За заг. ред. А.В. Череп. — Запоріжжя: Видавництво ЗНУ, 2017. — С. 273—274.

Науковий керівник: к.е.н., ст. викладач Бутко Н. В.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ФОНДОВОГО РИНКУ

Фондовий ринок визначається як сукупність його учасників та правовідносин між ними щодо розміщення, обігу та обліку цінних паперів і похідних (деривативів). У розвинутій ринковій економіці фондовий ринок є основним засобом перерозподілу грошових накопичень, тому він відіграє велику роль у формуванні економічного добробуту країни. А також, в наслідок інтернаціоналізації, фондовий ринок становить значущу частину світового фінансового ринку. Отже, це пояснює необхідність дослідження фондового ринку для попередження та мінімізації у ньому кризових явищ, що в свою чергу вказує на важливість розуміння динаміки розвитку фондового ринку у світі.

У сучасних умовах ринок цінних паперів здатний забезпечити зростання конкурентоспроможності не тільки окремих компаній, але і економіки країни в цілому, адже без залучення великих капіталів фінансувати проекти тільки за рахунок прибутку підприємств неможливо. Тому в центрі сучасної світової конкуренції і знаходиться боротьба за інвестиційні ресурси.

Наприкінці ХХ століття відбувалося стрімке зростання фінансової галузі, що виражалось у розширенні фондових ринків розвинених держав та їх появою у країнах, що розвиваються. За останні півтора десятиліття торгівля цінними паперами зросла майже у дев'яносто разів. Ліквідність такого цінного паперу як акція наприкінці ХХ століття була тільки 1%, а на даний час цей показник вже дорівнює +1255% [2].

В еволюції нинішнього міжнародного ринку цінних паперів є особливі ознаки. Концентрація капіталів і їх постійна централізація протікають одночасно. З одного боку, це дає можливість новим гравцям заходити на біржу, роблячи торгівлю для них основним або допоміжним видом діяльності, а з іншого – відбувається процес виділення великих гравців за рахунок зростання їх капіталів або шляхом об'єднання великих компаній у ще більші корпорації. Завдяки цьому великі гравці здійснюють найбільшу частку всіх транзакцій.

На даний час фондовий ринок є другим міжнародним ринком після валютного за масштабами операцій. Обсяги операцій на міжнародних фондових ринках становлять понад 2 трлн. дол. на день. За останні 20 років тільки оборот торгівлі акціями на світових біржах збільшився більш ніж у 80 разів. На США припадає від 40 до 50% світового ринку акцій, облігацій і фінансових деривативів [2].

Особливістю сучасного міжнародного фондового ринку є неможливість його ізолюваного існування. В умовах наростаючих процесів фінансової глобалізації динаміка національних і міжнародних ринків стає все більш взаємозалежною. Інфраструктура міжнародного фондового ринку також піддається інтеграції.

У рамках міжнародного фондового ринку найбільш активно розвивається ринок європаперів. Зростанню операцій на євrorинку сприяє подорожчання банківських кредитів, лібералізація національних ринків капіталу та інновації у фінансовій сфері. Джерелом коштів євrorинку служать національні банківські депозитні рахунки, придбані іноземцями та розміщені поза країною-емітента валюти. Як і на інших фінансових ринках, на євrorинку спостерігається процес сек'юритизації, переходу від євровалютних і єврокредитних операцій до операцій з європаперами. Ринок європаперів є одним з найбільш об'ємних сегментів ринку міжнародних цінних паперів, на який припадає понад 75% від загального обсягу операцій фондового ринку [3].

Ринок європаперів стрімко розвивається завдяки таким характерним особливостям:

– висока ліквідність єврооблігацій для інвесторів при достатньому розмаїтті їх видів дає можливість емітенту вибрати найбільш прийнятні для нього інструменти запозичення. На частку позик єврооблігацій припадає понад 50% обороту євrorинку і близько 90% обороту ринку європаперів [4];

- міжнародний фондовий ринок надає позичальникам доступ до значно більшої кількості потенційних кредиторів різного профілю, ніж на національних ринках;
- позики мають суто фінансовий характер, тобто не пов'язують позичальника цільовим використанням отриманих коштів;
- регулювання на ринку європаперів набагато ліберальніше, ніж на більшості національних ринків.

Підсумовуючи, можна відзначити, що до основних сучасних тенденцій розвитку фондового ринку відносяться: постійне зростання оборотів та швидкості проведення біржових угод, сек'юритизація (тенденція перетворення все більшої маси капіталу у форму цінних паперів) та зростання інтернаціоналізації фондового ринку. Дані тенденції вказують на зростання глобального характеру фондових ринків та все більшу їх взаємозалежність і, як результат – більшу чутливість всієї системи фондових ринків до збурень. Саме тому необхідно досліджувати динаміку фондових ринків з метою попередження та зменшення кризових явищ, оскільки їх глобальний характер зростає разом із глобалізацією в цілому.

Список використаної літератури:

1. Корпоративне управління: Підручник. Затверджено МОН / Мальська М.П. — К., 2012. — 348 с.
2. Черниговская Д. Р. Современные тенденции развития мирового фондового рынка / Д. Р. Черниговская, О. В. Тахумова // Развитие современной науки: теоретические и прикладные аспекты. Сб. науч. ст. студентов, магистрантов, аспирантов, молодых ученых и преподавателей. – 2017. – №12. – С. 68.
3. Соловьев П. В. Евробумаги. Рынок евробумаг / П. В. Соловьев // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики. – 2017. – №13. – С. 99.
4. Коновалова М. Е. Мировой рынок ценных бумаг и тенденции его развития / М. Е. Коновалова, О. Ю. Кузьмина, Л. В. Левченко // Вопросы экономики и права. – 2018. – №7. – С. 58–61.

Науковий керівник: старший викладач кафедри моделювання економіки і бізнесу,
к.е.н. Данильчук Г. Б.

А. С. Журжа

Донецький національний університет імені Василя Стуса

**ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ РОЗРАХУНКІВ
З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ ТА ПОКУПЦЯМИ**

Розрахунки є важливим інструментом регулювання економічних відносин між суб'єктами господарської діяльності та невід'ємним елементом процесу розширеного відтворення, формування, розподілу (перерозподілу) суспільного продукту. Це система взаємин між юридичними і фізичними особами, що виникають у момент практичного виконання юридично оформлених фінансових зобов'язань при здійсненні товарних і нетоварних операцій [1].

Слід звернути увагу, що існують розбіжності у тлумаченні поняття «розрахунки» у наукових та навчальних джерелах (табл. 1). Якщо в навчальній літературі переважає підхід до визначення поняття «розрахунки» як платежу, в науковій – як взаємовідносин або їх системи, зобов'язання [2-8].

Таблиця 1

Тлумачення поняття «розрахунки»

№	Автор	Визначення поняття «розрахунки»
1	Білик М.С.	Процедури пред'явлення та задоволення у грошовій формі вимог та зобов'язань, що виникають під час здійснення господарської діяльності.
2	Бутинець Ф.Ф.	Грошові взаємовідносини, що виникають між підприємствами по операціях товарного і нетоварного характеру.
3	Пантелеев В.П., Сніжко О.С.	1) сплата грошей за зобов'язаннями; 2) документ, складений на основі розрахунку.
4	Сухарев А.Я.	Здійснення платежів по грошових зобов'язаннях

№	Автор	Визначення поняття «розрахунки»
5	Безруких П.С.	Грошові взаємовідносини, що виникають між організаціями по товарних і нетоварних операціях.
6	Козлова Е.П., Парашутін Н.В.	Зобов'язання покупця оплатити у встановлений термін вартість матеріальних цінностей, послуг і іншої заборгованості, після виконання постачальником своїх договірних зобов'язань чи право постачальника вимагати платіж від покупця за відвантажену йому продукцію чи зроблені послуги.
7	Подцерковний О.П.	Грошові відносини, що виникають з приводу повного або часткового погашення боргу грошовими коштами (шляхом платежу) або будь-яким іншим чином – в тому числі послугою за послугу чи товаром за товар.
8	Чацкіс Ю.Д., Лисюк О.М., Михайлова Т.П.	Система взаємовідносин між підприємствами і громадянами, заснована на грошовому погашенні вартості товарно-матеріальних цінностей, робіт, послуг

Наведені тлумачення свідчать про поєднання юридичного та економічного змісту даного поняття. Вузьке розуміння поняття «розрахунки» зумовлене видимою частиною – здійснення платежу відповідно до попередньо нарахованих зобов'язань, що залишає поза увагою причини та умови здійснення платежу. Тим не менш, всі наведені визначення залишають поза увагою такі випадки, як часткові розрахунки, здійснення платежу без виникнення зобов'язань тощо.

Найбільшу частку у розрахункових операціях суб'єктів господарювання займають розрахунки з контрагентами, основними з яких є постачальники та покупці.

Постачальники – це юридичні або фізичні особи, які здійснюють постачання товарно-матеріальних цінностей (сировини, матеріалів, товарів, палива, будівельних матеріалів, запасних частин, МШП), надають послуги (подача електроенергії, газу, води, пари тощо), виконують роботи (поточний і капітальний ремонт основних засобів тощо). Покупці – це юридичні або фізичні особи, які здійснюють купівлю продукції, виробленої самим підприємством-продавцем або придбаним ним у іншої організації для подальшої реалізації [9]. Економічна сутність товарної заборгованості полягає в тому, що це не тільки частина майна організації, як правило, кошти, але і товарно-матеріальні цінності, наприклад, у зобов'язаннях за товарним кредитом. Як правова категорія, заборгованість – це особлива частина майна підприємства, що є предметом обов'язкових правовідносин між ним і його кредиторами (дебіторами). Оцінка моменту, на який підприємство передає покупцеві ризики і вигоди, пов'язані з правом власності на продукцію, товар, потребує вивчення угоди між підприємством та покупцем і обставин операцій, пов'язаних з правом власності на підставі ІНКОТЕРМС.

Е.Ф. Югас вважає, що з метою підвищення надійності поставок при виборі постачальника потрібно враховувати ряд умов, серед яких цінова конкурентоспроможність (включаючи витрати на зберігання, транспортування і страхування); умови платежу; гарантійні строки; ремонт і післяпродажне обслуговування; відповідність продукції постачальника стандартам якості; можливість закупок безпосередньо у виробників або оптовиків; географічне місце розташування; основні види діяльності та фінансовий стан; виробнича потужність та обсяги випуску продукції за останні роки [10].

Проаналізувавши економічну сутність розрахунків з постачальниками та покупцями, можна зробити висновок, що кожне підприємство одночасно є кредитором і дебітором, а кожна розрахункова операція призводить до одночасного виникнення дебіторської заборгованості у підприємства-постачальника, і кредиторської – у підприємства-покупця. Розуміння сутності та умов виникнення заборгованості робить можливим організацію ефективного обліку та управління розрахунками.

Список використаної літератури:

1. Ловінська Л. Г. Бухгалтерський облік: Навч.-метод. посібник / Л. Г. Ловінська, Л. В. Жилкіна, О. М. Голенко. – К.: КНЕУ, 2002. – 370 с.
2. Білик М. С. Облік, аналіз та аудит: навч. посіб. / М. С. Білик. – К.: Кондор, 2008. -618 с.

3. Бухгалтерський фінансовий облік: підручник; за заг. ред. Ф.Ф. Бутинця. - 8-ме вид., доп. і перероб. – Житомир: ПП "Рута", 2009. - 912 с.
4. Пантелеєв В.П. Словник бухгалтера та аудитора / В.П. Пантелеєв, О. С. Сніжко. – К.: ДП «Інформ.-аналіт. агентство», 2009. – 239 с.
5. Сухарев А.Я. Юридический энциклопедический словарь / А. Я. Сухарев. – М.: Сов. энциклопедия, 2001. – 415с.
6. Козлова Є. П. Бухгалтерський облік / Є.П. Козлова, М. У. Парашутін. – М.: Фінанси і статистика, 1994.- 340 с.
7. Подцерковний О. П. Грошові зобов'язання господарського характеру: проблеми теорії і практики: монографія / О. П. Подцерковний. – К.: Юстініан, 2006. – 424 с.
8. Чацкіс Ю. Д. Фінансовий облік: навч. посіб. / Ю. Д. Чацкіс, О. М. Лисюк, Т. П. Михайлова. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 456 с.
9. Василюк М.М. Механізм управління дебіторською заборгованістю в сучасних умовах господарювання / М.М. Василюк // Вісник Прикарпатського університету. – 2009. – №7. – С. 35.
10. Югас Е.Ф. Економічна сутність договірних відносин підприємства та форми розрахунків з постачальниками і підрядниками / Е.Ф. Югас [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_-gum/evu/2011_17_2/Yugas.pdf

Науковий керівник: доцент кафедри обліку, аналізу і аудиту, к.е.н., доцент Гевлич Л. Л.

Khalilova Cuba Ilgar kizi
Baku State University

EXTERNAL POLICY IN AZERBAIJAN

At present, an urgent task is to develop our own foreign trade model, which is one of the most significant elements of Azerbaijan's foreign economic strategy. Foreign trade is an integral part of foreign policy and is an integral component of the national economic doctrine of the republic. Foreign economic policy, and with it the model of foreign trade should be formed in accordance with the stages of market transformations. To the extent of the implementation of market reforms, Azerbaijan's integration into the world market will also occur, as well as the latter's reverse influence on the development of the national economy.

Giving an assessment of the foreign trade policy of Azerbaijan in 1992-1996, the following can be highlighted.

1. The country has an export control policy. This trend was due to the following factors: during this period, still used the rate of the ruble and introduced manat was artificially lowered and, as a result, the value of exports increased; export control organization left much to be desired [1].

2. Until 1995, the Single Monetary Fund operated. The received foreign exchange earnings from foreign economic activity of the enterprise were passed to this fund without fail at this rate. The state sent these funds for the purchase of necessary goods abroad (as in the previous system). Nevertheless, despite the fact that there was no control over imports, the devaluation of the manat protected national production from

3. The state with the help of controlled foreign trade structures in foreign trade operations maintained its position.

4. The deterioration of the economic situation led to the "capital flight". Foreign trade acted as a means of capital outflow to foreign markets.

5. The lack of effective settlement systems and the non-convertibility of manat have affected the increase in barter [2].

Currently, Azerbaijan's foreign trade policy has its own characteristics, which is due to the following factors: a gradual transition to a market economy; the presence of the richest resource potential; position of the leading exporter of hydrocarbons; favorable geographical position is located on the transport corridor of cooperation with the EU; cooperation with the CIS countries; cooperation with the countries-members of the Economic Cooperation Organization of the Black Sea; cooperation with the GUAM countries; cooperation with international financial institutions (IMF, WB,

EBRD, etc.); cooperation with other economic organizations (OECD, WTO, etc.). Development of joint projects with the help of foreign investors in a single production in the metallurgical industry may be the beginning for the successful implementation of new programs for the development of the industry;

- branches of light and food industries (they have a huge potential for development: good raw materials supply and a rich domestic market, which, in turn, is practically transferred to privatization). Foreign investors can participate in the modernization of existing cotton, wool, silk factories, garment and knitwear factories;

- agriculture (investments in the processing of increasing volumes of agricultural products are also considered a priority for foreign investors, as there is a potential for the development of animal husbandry, cotton growing, viticulture and vegetable production, much of which should be export oriented);

- the construction industry, which has large stocks of building materials and the corresponding production capacity for the production of these materials. Foreign firms can participate in this direction, since almost all enterprises of this industry are also transferred for privatization. There are resources for the production of building materials such as paint, linoleum, plaster, tile, as well as sanitary equipment and others, which are currently being imported. Also, foreign investors can participate in the restoration of transport infrastructure, water supply systems, in the construction of roads and bridges in the regions of the country;

• pharmaceutical industry (especially for private investment). Many medicinal herbs grow in the country (licorice root, thyme, wild rose, flowers of Caucasian chamomile, fennel fruits, sea buckthorn oil, etc.);

• there is a real potential for cooperation with foreign investors in the field of information technology.

Список литературы:

1. www.anl.az/heliyev/irs.html
2. Материалы международной конференции «Актуальные проблемы современной природы и экономических наук», Баку, 2018, стр. 109.

А. С. Колодій

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ

В умовах ринку, що характеризуються нестабільністю цілей підприємства, обумовленою мінливістю попиту та пропозиції, цін на товари і фактори виробництва, змінами в конкурентному середовищі й іншими макро- і мікроекономічними факторами, однією з першочергових задач керівництва підприємства стає формування й оцінка поточних і перспективних можливостей підприємства, тобто його потенціалу. Це викликано, насамперед, необхідністю забезпечення ефективності функціонування і зміцнення конкурентоспроможності на ринку.

Термін «потенціал» у своєму етимологічному значенні походить від латинського слова «potentia» й означає «приховані можливості», які в господарській практиці завдяки праці можуть стати реальністю.

Відповідно до визначення Великого економічного словника “потенціал” як економічна категорія становить наявні можливості, ресурси, запаси, засоби, що можуть бути використані для досягнення, здійснення будь-чого. У економічному енциклопедичному словнику за редакцією С.В. Мочерного дається таке трактування цього поняття: “Потенціал – це наявні в економічного суб’єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використовувати їх для досягнення поставленої мети” [2].

Самуокін Л. І. вважає, що економічний потенціал необхідно розглядати у взаємозв'язку з властивими кожній суспільно-економічній формації виробничими відносинами, що виникають між окремими працівниками, трудовими колективами, а також управлінським апаратом підприємства з приводу повного використання їхніх здібностей зі створення матеріальних благ і послуг [1].

Однак і розмір, і потужність дають лише орієнтовне уявлення про можливості підприємства, тому що:

- виступають характеристиками, що не знаходяться в прямому взаємозв'язку з умовами й інтенсивністю використання ресурсів підприємства за призначенням;
- не відбивають ступінь ефективності використання ресурсів для оптимізації можливостей підприємства.

Дослідження підходів щодо визначення терміну "економічний потенціал" відбивають різні погляди в розумінні його сутності і структури. Досить важко сказати однозначно про прихильність того чи іншого дослідника до одного з підходів. Ряд дослідників наводять кілька визначень з різними акцентами. Так, наприклад, одні автори пропонують кілька визначень економічного потенціалу й у цілому вважають, що "економічний потенціал" варто розглядати як [1]:

- джерело росту національного доходу й економічної потужності країни;
- результат розвитку продуктивних сил суспільства;
- показник максимальних виробничих можливостей галузі, підприємств, об'єднань, ресурсів;
- засіб задоволення суспільних потреб;
- найважливіший фактор зростання національного багатства країни;
- критерій оптимальності планів виробництва матеріальних благ, використання ресурсів і національного багатства.

Таке розходження у визначеннях пояснюється тим, що кожний з дослідників виділяв якусь одну з рис економічного потенціалу, не розкриваючи її у комплексі [2].

Основний смисл поняття "потенціал підприємства" полягає в інтегральному відображенні поточних й майбутніх можливостей економічної системи трансформувати ресурси за допомогою властивих персоналові підприємницьких здатностей в економічні блага, максимально задовольняючи корпоративні та суспільні інтереси. Таким чином, потенціал підприємства - це складна, динамічна, поліструктурна система. Ця агломерація має певні закономірності розвитку. Потенціал підприємства характеризується чотирма головними ознаками.

1. Потенціал підприємства визначається його реальними можливостями у тій чи іншій сфері соціально-економічної діяльності, причому не тільки реалізованими, але й нереалізованими за будь-яких причин.

2. Можливості будь-якого підприємства у більшості залежать від наявності ресурсів та резервів, які не залучені до виробництва. Тому потенціал підприємства характеризується також і певним обсягом ресурсів, як залучених у виробництво, так і не залучених, але підготовлених до використання.

3. Потенціал підприємства визначається не стільки наявними можливостями, але й навичками різноманітних категорій персоналу щодо його використання з метою виробництва товарів, здійснення робіт, отримання максимального прибутку й забезпечення ефективного функціонування й стійкого розвитку виробничо-комерційної системи.

4. Рівень і результати реалізації потенціалу підприємства також визначаються формою підприємництва й адекватної їй організаційною структурою.

Таким чином, можна виділити принципи наукової концепції економічного потенціалу підприємства:

- "економічний потенціал підприємства" - це категорія, яка характеризує сукупні можливості підприємства, що можуть бути реалізовані тільки при наявності ресурсів. Таким

чином, економічний потенціал характеризується певним набором ресурсів, що повинні бути залучені до виробництва чи підготовлені до використання в господарській системі;

- визначення економічного показника "потенціал промислового підприємства" повинно здійснюватися з урахуванням комплексу існуючих і потенційних відносин. Таким чином, потенціал варто аналізувати як систему функціональних відносин, що склалися між елементами реального і гіпотетичного рівня розвитку підприємства;

- економічний показник "потенціал промислового підприємства" повинен враховувати двоїстий характер даної економічної категорії, оскільки, з одного боку, може відбити стан промислового підприємства щодо вимог конкретного зовнішнього середовища, а, з іншого боку, виступити об'єктом управління;

- "економічний потенціал промислового підприємства" - поняття динамічне. Динамізм економічного потенціалу полягає в тому, що в кожний наступний час можливості економіки змінюються. Тому економічний потенціал промислового підприємства повинен визначатися як динамічне поняття, що характеризує готовність економічної системи в кожний визначений момент часу мобілізувати виробничі можливості для досягнення поставлених перед нею цілей економічного розвитку з максимальною ефективністю;

- поняття "економічний потенціал промислового підприємства" відбиває не тільки нормативний масштаб, але і цільовий орієнтир. У даній своїй функції він співвідноситься як з реальними можливостями підприємства, так і з перспективними, тобто, що знаходились у стадії становлення. Майбутнє взаємодіє із сьогоденням не тільки на основі структурного зв'язку "стану", але й особливої, так званої, цільової, форми детермінації.

Не применшуючи значення ресурсів як базису у формуванні потенціалу підприємства, відзначимо, що сама по собі їхня наявність не є гарантом досягнення будь-яких цілей. Другою, не менш важливою складовою потенціалу виступають здібності підприємства мобілізувати ресурси у ході здійснення комплексу дій (бізнес-процесів). З урахуванням того, що сукупність таких здібностей в економічній літературі прийнято називати компетенціями, то потенціал підприємства можна визначити як можливості системи ресурсів і компетенцій підприємства створювати результат для зацікавлених осіб за допомогою реалізації бізнес-процесів.

Отже, підсумовуючи вищезазначене, можна зробити висновок, що економічний потенціал підприємства характеризується як динамічна категорія, що розвивається разом із виробничими силами суспільства та за своєю суттю економічний потенціал співвідноситься як з реальними можливостями об'єктів управління в практиці господарювання, так і з перспективними ресурсами.

Список використаної літератури:

1. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст] : підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морева, О. В. Белякова, О. Б. Балакай. – К. : "Центр учбової літератури". – 2013. - 248 с.

2. Федонін О.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка Навчальний посібник / О.С. Федонін, І.М. Репіна, О.І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2004. – 316 с.

Науковий керівник: професор кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту,
д.е.н. Яценко О.В.

Ж. Ю. Комелєва

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В ПІДВИЩЕННІ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток соціально-орієнтованої ринкової економіки в Україні змінює роль та місце персоналу підприємства в сучасній системі господарювання. У всьому світі є загально визнаним, що головною продуктивною силою є людина. Кожний працівник, окремі

групи і персонал підприємства в цілому мають можливості і здібності здійснювати й удосконалювати трудову діяльність, істотно підвищувати її ефективність. Саме персонал підприємства, будучи невичерпним резервом підвищення результативності його діяльності, впливає на конкурентоспроможність підприємства, визначає напрями його подальшого розвитку.

Збереження та відтворення трудового потенціалу повинно здійснюватись за такими напрямками:

- постійне відслідковування визначальних показників стану трудового потенціалу в галузях і регіонах, що дасть можливість їх оцінити і на цій основі розробляти відповідні заходи;
- перехід до нової моделі відтворення робочої сили, яка забезпечила б відповідність трудового потенціалу вимогам, пов'язаним із процесом входження України до світового економічного простору.

Основними показниками, які характеризують ефективність використання трудових ресурсів є дані про чисельність персоналу різних категорій і професій, його кваліфікацію й освітній рівень, про витрати робочого часу, кількість виробленої продукції чи виконаних робіт, а також дані про рух особового складу підприємства.

Для оцінювання трудових ресурсів використовується інформація оперативної і бухгалтерської звітності, дані табельного обліку, первинних документів, матеріалів хронометражу і фотографій робочого дня та ін.

Згідно напрацьованих вченими методик аналізу ефективності використання трудових ресурсів аналіз здійснюється за такими етапами: 1) аналіз чисельності, складу та руху робочої сили; 2) аналіз фонду дні використання робочого часу; 3) аналіз продуктивності часу; 4) визначення резервів та пошук напрямів поліпшення формування і використання трудових ресурсів [2].

Аналіз чисельності персоналу проводиться в цілому і за кожною категорією окремо, оскільки роль окремих категорій персоналу у виробничій діяльності підприємства різні. Аналізуючи чисельність працівників визначають абсолютну і відносну забезпеченість підприємства робочими кадрами, а також вплив зміни чисельності робітників на виконання виробничої програми.

Структура кадрів вивчається шляхом зіставлення фактичної і планової питомої ваги чисельності кожної категорії працівників у загальній чисельності персоналу. При цьому визначають причини зміни структури кадрів, вивчають тенденції цього процесу на передових підприємствах, а також нормативні документи, на підставі чого розробляються відповідні заходи щодо раціоналізації структури кадрів.

При аналізі забезпеченості підприємства робочою силою важливим є вивчення руху робочої сили. З цією метою розраховують коефіцієнти обороту по прийому, вибуттю кадрів та коефіцієнт плинності кадрів. Коефіцієнт обороту по прийому визначається як відношення прийнятих працівників до середньооблікової чисельності працюючих. Коефіцієнт обороту з вибуття розраховується як відношення кількості працівників, що вибули, до середньооблікової чисельності працюючих. Коефіцієнт плинності кадрів розраховується як відношення кількості працівників, що вибули за власним бажанням і за порушення трудової дисципліни до середньооблікової чисельності працюючих. При визначенні плинності кадрів доцільно визначити їх причини і по можливості вжити заходів щодо зменшення цього показника у майбутньому.

На другому етапі аналізу вивчається повнота використання трудових ресурсів, яку можна оцінити за кількістю відпрацьованих за звітний період днів і годин одним робітником, а також за інтенсивністю використання робочого часу. Під час аналізу необхідно визначити відхилення фактичних показників від планових або від аналогічних показників минулих періодів і встановити конкретні причини можливих відхилень. Такий аналіз необхідно проводити щодо кожної категорії працівників, кожного підрозділу та щодо підприємства в цілому за звітний період і в динаміці.

Величина фонду робочого часу залежить від мультиплікативної моделі чисельності робітників, кількості відпрацьованих одним робітником днів у середньому за звітний період і середньої тривалості робочого дня.

Вплив названих чинників на зміну фонду робочого часу визначають одним із методів елімінування, наприклад, методом ланцюгових підстановок. Вивчення конкретних причин втрат робочого часу дають можливість вжити необхідних їх усунення.

Центральною ланкою оцінки ефективності використання трудових ресурсів є аналіз продуктивності праці. Від її рівня і динаміки залежить тією чи іншою мірою всі основні показники роботи підприємства: обсяг виробництва продукції, чисельність працівників, фонд заробітної плати, зниження собівартості продукції, розмір прибутку, рівень рентабельності та інше.

Продуктивність праці - це показник ефективності, результативності праці, що характеризується співвідношенням обсягу продукції, робіт чи послуг, з одного боку, та кількістю праці, витраченої на виробництво цього обсягу – з іншого. Залежно від прямого чи оберненого співвідношення цих величин маємо два показники рівня продуктивності праці: виробіток та трудомісткість [1].

Продуктивність праці може розраховуватися на одиницю робочого часу (середньорічний, середньоденний та середньогодинний виробіток одним працюючим), чи на одного працюючого.

Завершальним етапом аналізу використання трудових ресурсів є підрахунок виявлених резервів підвищення ефективності та розробка заходів щодо їх використання. До резервів підвищення ефективності трудових ресурсів належать: забезпечення умов природного приросту, формування здатності до праці, підвищення кваліфікації та закріплення набутих навичок, підвищення рівня організації праці, а також забезпечення кваліфікованої роботи щодо підбору кадрів. Щодо напрямів поліпшення формування і використання трудового потенціалу, то до них належать: формування належних умов праці та її охорони, забезпечення рівня оплати праці відповідно до трудових вкладень, пом'якшення сезонності праці, забезпечення працівників пристойним житлом та забезпечення комунальними, медичними послугами, закладами культури і освіти [2].

Отже, оцінка використання трудових ресурсів дозволяє виявити недоліки у роботі, їх причини та внутрішні резерви економії трудовитрат і підвищення ефективності використання кадрів завдяки їх раціонального розміщення, повнішого завантаження і використання відповідно з набутою професією, спеціальністю і кваліфікацією. Підприємства повинні бути зацікавлені в якнайшвидшому усуненні усіх недоліків в роботі працівників та використанні виявлених резервів, оскільки це дозволить підвищити ефективність праці, а це, у свою чергу, покращить результати діяльності підприємства. Таким чином, процес формування і використання трудового потенціалу потребує постійного аналізу на основі низки показників, що характеризують ефективність його використання, а отже, виявлення та запобігання негативних тенденцій.

Список використаної літератури:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», затверджений Верховною Радою від 16.07.1999 р. №996-XIV.
2. Офіційний сайт Газети «Все про бухгалтерський облік». – Режим доступу: <http://www.vobu.com.ua/>

Науковий керівник: завідувач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту,
д. е. н., професор Яценко О.В.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РИЗИКУ

Вивчення та дослідження відомих та потенційних ризиків є досить важливим напрямом планування та прогнозування, що є характерним для економічної діяльності. Врахування ризиків їх аналіз та оцінка, а також застосування методів їх мінімізації є важливими для забезпечення прибутковості та ефективної економічної діяльності суб'єктів господарювання.

Тому історичний розвиток теорій економічного ризику є досить актуальною темою для дослідження.

В статті досліджено історію розвитку теорії економічного ризику.

Історично перша економічна теорія, якій зобов'язується своєю появою теорія ризику, є теорія відсотка. У XII–XIV століттях церковне вчення, прихильників якого називали каноністами, виправдовували існування позичкового відсотку, як нагороди за ризик кредитором [1, с.55].

У XVIII столітті вчений Франсуа Кене, засновник школи фізіократів, які визнавали вільну ринкову економіку з притаманною їй невизначеністю й ризиками. Вчений підтримав факт про існування ризику в економічному житті в якості «противаги в знецінюванні земель», а ризиком в економіці фізіократи вважали подію, що могла, як відбуватися так і не відбуватися. [2, с.3].

Німецький математик Йоганн Ніколаус Тетенс у своїй праці «Вступ до розрахунку життєвої ренти і право на її отримання» вперше сформулював визначення поняття «ризик» наприкінці XVIII ст. Таким чином він започаткував основи ризикології, науки про ризик в економіці, яка знайшла практичне застосування у багатьох сферах економіки, в тому числі, у страхуванні життя.

Впродовж розвитку економічних відносин виникали різні думки щодо трактування поняття ризику. Класична економічна теорія внесла категорію ризику в теорії заробітної плати, прибутку і продовжила розвивати в теорії відсотка. Адам Сміт історично одним із перших почав формувати теорію ризику у класичній школі [4, с.174].

Альфред Маршалл і Артур Сесіль Пігу на початку XX-го століття започаткували основи неокласичної теорії. Згідно до цієї теорії поведінка підприємця визначається концепцією граничної корисності [3, с.27].

В межах економічної науки класична і неокласична теорії відіграють дуже важливу роль. Прихильники класичної визначали поняття ризик, як можливість втрат, які можуть відбуватися як результат реалізації обраного рішення. Таке тлумачення змісту ризику не могло не викликати заперечень і сприяло виникненню іншого погляду на поняття ризику. Прихильники неокласичної теорії класифікували поняття ризик, як деяку імовірність відхилення від досягнення поставлених цілей. Неокласики не ототожнювали ризик із втратами, вони розуміли сутність ризику як можливість відхилення від мети, задля якої приймалося рішення.

Крім того А. Маршалл виокремлював два види ризику:

1) підприємницький ризик – це вид ризику у конкретній галузі економіки, який зумовлений коливанням ціни і попиту на ринках сировини та готової продукції, новими технологіями, а також з появою нових конкурентів.

2) особистий ризик, який має відношення до людей, працюючих з позиковим капіталом і залежить від характеру та здібностей позико-отримувача.

А. Маршалл розглядав поняття прибутку майже так, як його розглядали і прихильники класичної школи, також він визначав те, що існують такі галузі, де успіх залежить від здібностей та вдачі керівника, який здатний оцінювати фактори що впливають на успіх, а також унеможливити чи мінімізувати вплив до допустимого рівня, внаслідок чого, досягати досить великих прибутків. А. Маршалл не визначає поняття ризику як імовірність втрат, а зосереджує свою увагу на системі управління та такому факторі виробництва, як організація.

Як бачимо, попри те, що в економічній науці існує велика кількість теорій ризику, досі не існує єдиної бази, яка могла б дати єдине універсальне визначення поняття ризик, а також підходу до процесу управління ним. Це можна пояснювати тим, що потреби у захисті економічної діяльності від ризику, які стрімко зростають, зробили пріоритетним дослідження проблеми ризику у різних галузях науки, перш ніж встигли сформуватися загальні теоретичні засади ризикології.

Крім того дуже швидкий розвиток науки, економічних відносин, розроблення нових методів оцінки ризику економічних явищ зумовлюють важливість подальшої розбудови теорій науки ризикологія.

Список використаної літератури:

1. Майбурд, Е. М. Введение в историю экономической мысли : От пророков до профессоров / Е. М. Майбурд, Акад. нар. хоз-ва. – М. : Дело, 1996. – 544 с.
2. Смирнова Е. Производственный риск: сущность и управление / Е. Смирнова // Управление риском. – 2001. – №1. – С.3–5.
3. Райзберг Б. Г. Азбука предпринимательства / Б. Г. Райзберг – М. : Экономика, 1995 – 333 с.
4. Антология экономической классики [Текст] : в 2-х т. / Сост. И. А. Столяров. – М. : ЭКОНОВ : КЛЮЧ, 1993. Т. 1 : В. Петти, А. Смит, Д. Рикардо. – 1993. – 478 с.

Науковий керівник: доцент кафедри моделювання економіки і бізнесу, к.т.н.,
доцент Гадецька З. М.

В. В. Кузьмінський

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ ЖИТТЯ У ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РЕГІОНІ МЕТОДОМ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ

Процес дослідження рівня життя населення є актуальною темою на сьогоднішній день, оскільки це стосується безпосередньо основних пріоритетів розвитку людської цивілізації.

При дослідженні рівня життя населення країн в роботі застосовується кластерний аналіз. Для проведення кластерного аналізу були обрані такі країни європейського регіону як: Іспанія, Португалія, Франція, Німеччина, Україна, Чехія, Фінляндія, Данія, Італія, Греція.

Набір індексів країн може інтерпретуватись як абстрактний простір, N елементів якого можуть бути з'єднані графом. У з'єднаному графі із взятими відстанями між усіма точками абстрактного простору мінімальне остівне дерево – МОД (minimal spanning tree – MST) має $(N - 1)$ ребро і найменшу довжину із довжин всіх остівних дерев, виходячи з суми відстаней між двома точками. Структура ієрархічного дерева отримується з матриці ультраметричних відстаней та МОД, асоційованого з нею. Мінімальне остівне дерево та асоційоване з ним ієрархічне дерево показують існування кластерів будь-яких показників, відомості про які мають значення з економічної точки зору [1].

Усі розрахунки були проведені в програмному середовищі MatLab.

Рівень життя населення характеризується наступними показниками: рівень безробіття, рівень дитячої смертності, кількість зареєстрованих нападів на 100 осіб, рівень ВВП на душу населення, індекс споживчих цін, ціна на бензин, експорт товарів та послуг, імпорт товарів та послуг та ін. Але для дослідження нами було обрано такі показники рівня життя як: рівень безробіття, рівень дитячої смертності та рівень зареєстрованих нападів на 100 осіб.

Можливості кластерного аналізу розглянемо спочатку на прикладі соціального показника рівня безробіття за період з 2008-2017 рр. (рис. 1).

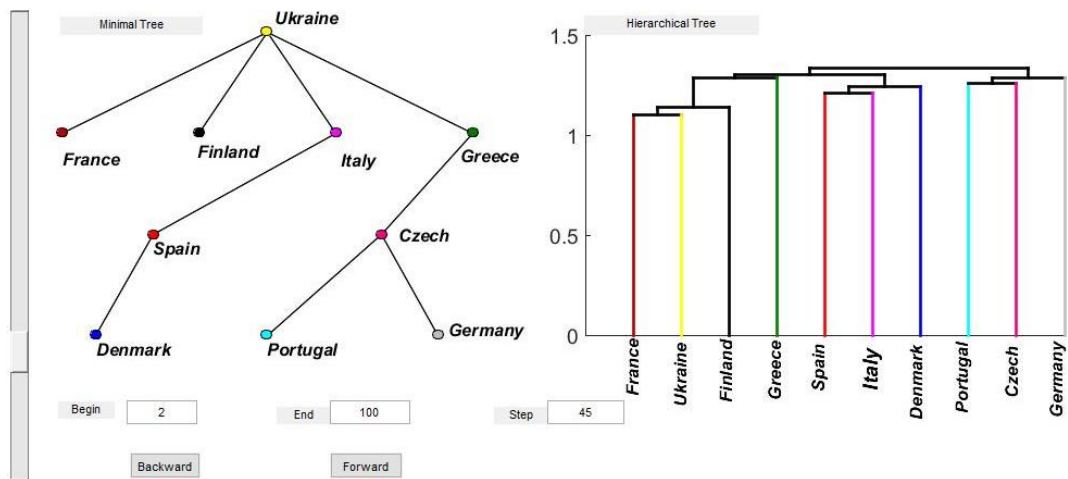


Рис 1. Мінімальне остівне (зліва) та ієрархічне (справа) дерева, побудовані для економічного показника рівня безробіття за період з 2008-2017 рр.
Джерело: розроблено автором за даними [2]

Аналізуючи рис.1 (справа), слід відмітити, що країни об'єдналися в 3 рівнозначні за силовою зв'язку кластери. Це чітко прослідковується на ієрархічному дереві.

Перший кластер утворює Франція, Україна та Фінляндія і він є найсильнішим за силою зв'язку, так як найближче за шкалою розташований до нуля. Другий кластер об'єднує такі країни як: Іспанія, Італія та Данія. Третій кластер це об'єднання країн таких як: Португалія, Чехія та Німеччина. Усі три кластери схожі між собою і також вони показують схожу динаміку змін рівня безробіття. Грецію слід виділити для дослідження. Остівне дерево (зліва) показує нам, що Україна має найбільш схожі тенденції до зміни рівня безробіття, які притаманні іншим країнам, тобто Україна має певні міри близькості за всіма класифікаційними параметрами.

Далі розглянемо демографічний показник рівня дитячої смертності за період з 2006-2015 рр. (рис. 2).

На ієрархічному дереву (справа) можна прослідкувати утворення 2 кластерів. До першого кластеру увійшли такі країни як: Фінляндія та Італія, сила зв'язку яких є найбільшою. Другий кластер об'єднує такі країни як: Франція, Данія та Іспанія. Тут сила зв'язку трішки слабша ніж у першому кластері. Такі країни як Німеччина, Україна, Португалія, Греція та Чехія мають свою динаміку змін.

Стосовно остівного дерева (зліва) Франція займає провідну позицію та має певні міри близькості за всіма класифікаційними параметрами.

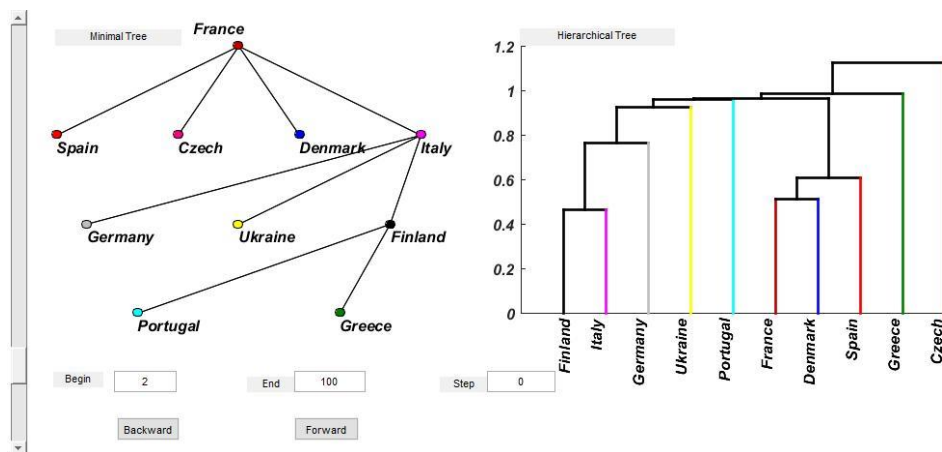


Рис. 2. Мінімальне остівне (зліва) та ієрархічне (справа) дерева, побудовані для економічного показника рівня дитячої смертності за період з 2006-2015 рр.
Джерело: розроблено автором за даними [2]

Наступних кроком є дослідження показника рівня зареєстрованих нападів на 100 осіб у європейському регіоні за період з 2006-2015 рр. (рис.3).

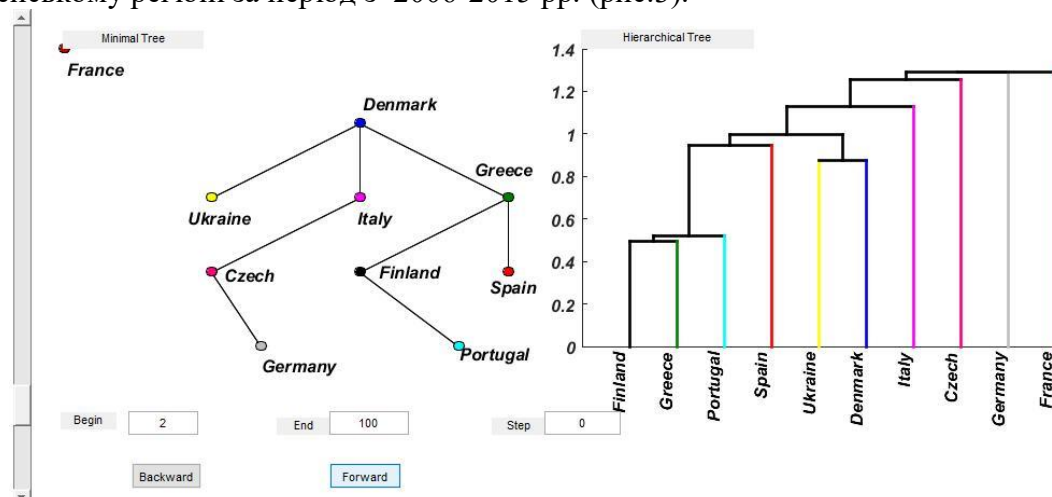


Рис 3. Мінімальне остівне (зліва) та ієрархічне (справа) дерева, побудовані показника рівня зареєстрованих нападів за період 2006-2015 рр.

Джерело: розроблено автором за даними [2]

Аналізуючи рисунок 3 справа, можна впевнено виділити 5 країн, які мають схожу динаміку змін часового ряду, а саме: Фінляндія, Греція та Португалія. Вони утворюють перший кластер, який має найсильніший зв'язок. Другий кластер утворюють Україна та Данія з відносно слабшим зв'язком. Стосовно інших країн, то метод кластеризації аж ніяк не відреагував щодо їхніх часових рядів, тобто ніяких спільних тенденцій чи змін виявлено не було. Іспанія має спільну динаміку і входить до першого кластеру, але через дуже слабкий зв'язок включати її було б недоцільно. Зміни в економічному показнику Франції взагалі ніяк не вплинули на інші країни, тому вона має найслабший зв'язок і не утворює кластерів на остівному дереву (зліва). Остівне дерево (зліва) показує нам, що головну ланку в даному економічному показнику займає Данія.

Отже, під час дослідження показників рівня життя кластерним методом чіткої тенденції зміни динаміки рівня показників для досліджуваних країн Європейського регіону виявлено не було, це може бути пояснено тим, що кожна країна має свій власний шлях економічного розвитку.

Список використаної літератури:

1. Синергетичні та еконофізичні методи дослідження динамічних та структурних характеристик економічних систем: монографія/ Дербенцев.В.Д., Сердюк О.А., Соловйов В.М., Шарапов О.Д. – Черкаси: Брама-Україна, 2010. С. 43-46
2. Статистика індексів економічних показників [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <https://knoema.ru/atlas>.

Науковий керівник: доцент кафедри моделювання економіки і бізнесу, к.т.н., доцент Гадецька З. М.

О.В. Курило

Харківський національний університет радіоелектроніки

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ЖИТТЯ

У сучасному бізнес-середовищі різко зросла потреба підприємств та компаній у призначенні та збереженні талановитих та висококваліфікованих працівників для реалізації мети підприємства. За оцінкою Міжнародної організації праці, кожен день в світі через нещасні випадки та хвороби на роботі помирає близько 5 тисяч людей (ця цифра збільшується

щорічно, приблизно на 10%). Аналіз причин допоміг виявити, що практично 72% фатальних нещасних випадків відбулися через організаційні причини, 19% через технічні, а 9% через психофізіологічні. Кількість жертв на виробництві збільшується щороку і більш за все через причини організації робочого місця. Переважають порушення безпеки, незадовільний технічний стан виробництва, порушення вимог до дисципліни праці та виробництва. У сучасних умовах економічної кризи, жорсткі правила бізнесу ще більше прийшли в конфлікт із правилами безпеки та охорони праці [1]. Але не підняття заробітної плати, ніякі пільги і відшкодування не зможуть компенсувати втрату людського життя і здоров'я.

Головна мета підприємства збільшити ефективність виробництва з мінімальними затратами. Цього можна досягнути лише завдяки заохочуванню робітників та створення комфортних умов праці. Якість професійного життя є інтегральним показником, на який впливають економічні, соціальні, демографічні, географічні, екологічні й інші умови, що забезпечують раціональне використання професійного потенціалу. Це поняття відображає міру задоволеності важливих особистих потреб працівника через професійну діяльність на підприємстві. Одним із перспективних напрямків підвищення якості професійного життя в країнах-членах Європейського Союзу та розвинених країн світу є забезпечення безпеки професійної діяльності на робочому місці.

Для вдосконалення організації праці, забезпечення безпеки праці та поліпшення умов праці у найбільш промислово розвинених країнах є система охорони праці; у Швеції наприклад, прийнятий закон про умови, за яких департаменти, або особи, які призначені підприємствам, відповідають за безпеку праці. Є аналогічні закони в Норвегії, Нідерландах, Великій Британії, Російської Федерації, Сполучених Штатах тощо. Франція створила систему, яка встановлює страховий тариф та залежить від кількості нещасних випадків на роботі. Стратегія для Австралії у сфері охорони праці сформована на принципі: робота повинна бути вільною від нещасних випадків, травм і професійних захворювань [2].

Порівнюючи вітчизняні служби безпеки та охорони праці, треба сказати, що вітчизняні служби фокусуються на компенсації та ліквідації наслідків аварій і захворюваності співробітників, а не на запобіганні несприятливого впливу на працівника. Політика вітчизняних служб охорони та безпеки праці націлена на компенсацію, а не на передбачення травм або хвороби робітника підприємства.

Превентивні заходи на робочих місцях з метою збереження здоров'я працівників здатні на 25% скоротити витрати через непрацездатність, витрати на страхування по інвалідності і компенсації потерпілим працівникам. Таким чином, виникає проблема реалізації превентивних дій та заходів, яка полягає в тому, що оцінювати стан співробітників в процесі професійної діяльності, оцінити зміну цього стану та передбачити його модифікації неможливо, оскільки немає формалізованого опису стану робітника та методики, які існують сьогодні, і математичні моделі, що їх реалізують, не дозволяють формалізувати процес прийняття рішень щодо працездатності та стану співробітників [3]. Ця проблема стає основою для подальшого дослідження концепції якості професійного життя та розширення превентивної стратегії, яка покликана звести до мінімуму професійні небезпеки.

Список використаної літератури:

1. Вопросы безопасности и охраны труда: зарубежный опыт [Электронный ресурс] / Сайт «Безопасность в промышленности» – Режим доступа: <https://www.btpnadzor.ru/ru/news> – Загл. с экрана.
2. Охрана труда в Евросоюзе [Электронный ресурс] / Сайт «Клинический институт охраны и условий труда» – Режим доступа: <http://www.kiout.ru/info/publish> – Загл. с экрана.
3. Сердюк Н. Н. Разработка модели определения и прогнозирования состояния человека как основного показателя в системе мониторинга безопасности труда на предприятии [Текст] / Н. Н. Сердюк // Технологический аудит и резервы производства. – 2016. – №5/2(31). – С. 10-17.

Науковий керівник: к.т.н., ст. викладач кафедри ОП ХНУРЕ, Сердюк Н.М.

ЗАСТОСУВАННЯ СТОХАСТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Проблема управління запасами є однією з найбільш важливих в організаційному управлінні. Запаси різного роду матеріальних цінностей виникають майже у всіх ланках системи виробництва – розподілу – споживання. Загальною проблемою, пов'язаною з створенням запасів, є, як відомо, «замороження» в них фінансових коштів. Так, світовий досвід доводить, що доля витрат на запаси виробничих підприємств може складати 11-18%, підприємств оптової торгівлі 23-28% та роздрібною торгівлі 21-22% від усієї вартості активів [1]. В свою чергу, витрати з управління запасами сягають 40% від загальних витрат на логістику [2]. Тому актуальним є питання створення такого рівня запасів у кожному конкретному випадку, яке забезпечить оптимальне співвідношення витрат, рівня сервісу та умов забезпечення життєдіяльності підприємства. Відповідь на це питання є одним з основних напрямів пошуку сучасної прикладної економічної науки.

Метою даної роботи є аналіз практичного застосування стохастичних моделей управління запасами готової продукції на деякому модельному прикладі.

Постановка задачі. Магазин, що торгує побутовою технікою, здійснює закупівлю одного з видів товару у виробника за ціною 250 у.о. Середній обсяг продажів за рік становить 600 од. товару даного виду. Рік містить 300 робочих днів. Доставка кожного замовлення оцінюється в 50 у.о., а середньорічна вартість зберігання одиниці продукції даного виду становить 15% від його закупівельної ціни. Середній час доставки одного замовлення дорівнює 3 дні. На основі статистичних досліджень за останніми 50 інтервалами між замовленнями отримані наступні значення попиту протягом часу доставки замовлення (табл. 1).

Таблиця 1

Попит на продукцію протягом часу доставки замовлення	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Число інтервалів управління запасами	1	2	6	8	10	8	6	4	3	2

При відсутності необхідного товару на складі збитки магазину, включаючи втрату прибутку від невиконання замовлень покупців і часткової втрати їх довіри, оцінюються в середньому в 60 у.о. за одиницю продукції. Визначити оптимальний розмір і точку замовлення, а також оптимальний розмір резервного запасу, при яких сумарна вартість даної логістичної системи мінімальна.

Розв'язання:

Випишемо початкові дані.

$$T = 300 \text{ (дн.)}; \quad D = 600 \text{ (од.)}; \quad C_1 = 50 \text{ (у.о.)}; \quad C_3 = 250 \text{ (у.о.)}; \quad C_2T = 250 * 0,15 = 37,5 \text{ (у.о.)}; \quad C_4 = 60 \text{ (у.о.)}; \quad t_d = 3 \text{ (дн.)}.$$

Етап 1.

Знайдемо вартість логістичної системи [3]:

$$C = C_d + C_x + C_2R + C_4S. \quad q^* = \text{EOQ} = \sqrt{\frac{2C_1D}{C_2}} = \sqrt{\frac{2 \times 50 \times 600}{37,5}} = 40.$$

Таким чином, в якості фіксованого розміру замовлення вибирається значення рівне 40. Число інтервалів між замовленнями складе

$$n = \frac{600}{40} = 15.$$

Етап 2.

Визначимо оптимальний розмір резервного запасу. Середнє значення попиту протягом часу доставки замовлення: $\frac{t_d D}{T} = \frac{3 \times 600}{300} = 6.$

За початковими даними побудуємо ряд розподілу попиту. Для цього для кожного попиту розділимо число інтервалів доставки, в яких попит приймає дане значення, на загальне число проаналізованих інтервалів. Наприклад, попит, що дорівнює 6, виникає в 6 інтервалах з 50, отже, ймовірність появи цього попиту дорівнює $\frac{6}{50} = 0,12$. Розрахунки запишемо в табл. 2.

Таблиця 2

Попит на продукцію протягом часу доставки замовлення	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Число інтервалів	1 (1:50)	2	6	8	10	8	6	4	3	2
Ймовірність попиту	0,02	0,04	0,12	0,16	0,20	0,16	0,12	0,08	0,06	0,04

Потрібно проаналізувати значення попиту, які більші шести, так як коли попит протягом часу доставки замовлення менше 6, то дефіциту не виникає, і, отже, резервний запас не потрібен. Нами були розраховані значення резервного запасу для відповідних значень попиту.

Для визначення оптимального розміру резервного запасу використовуємо так званий метод «проб і помилок» (табл. 3).

Таблиця 3

Резервний запас R	задоволений попит	Математичне сподівання S		Вартість (у.о.)		
		На одному інтервалі	За період T	Дефіциту C_4TS	Резервного запасу C_2R	Загальна C_2R+C_4S
3	9	0	0	0	$37,5 \times 3 = 112,5$	112,5
2	8	$1 \times 0,04 = 0,04$	$0,04 \times 15 = 0,6$	$60 \times 0,6 = 36$	$37,5 \times 2 = 75$	$75 + 36 = 111$
1	7	$2 \times 0,04 + 1 \times 0,06 = 0,14$	$0,14 \times 15 = 2,1$	$60 \times 2,1 = 126$	$37,5 \times 1 = 37,5$	$37,5 + 126 = 163,5$
0	6	$3 \times 0,04 + 2 \times 0,06 + 1 \times 0,08 = 0,32$	$0,32 \times 15 = 4,8$	$60 \times 4,8 = 288$	0	288

Зі зменшенням резервного запасу знижується вартість зберігання запасів і підвищується штраф за дефіцит. Мінімальна вартість, що дорівнює 111 у.о., відповідає значенню 2 для резервного запасу $R^* = 2$, $S^* = 0,6$.

Точка замовлення $q_1 = 6 + 2 = 8$.

Значення мінімальної загальної вартості даної логістичної системи [3]:

$$C = \frac{50 \times 600}{40} + 37,5 \times \frac{40}{2} + 37,5 \times 2 + 60 \times 0,6 = 1611 \text{ (у.о.)}$$

Таким чином, для отримання мінімальної вартості витрат в розмірі 1611 у.о. адміністрація магазину повинна періодично подавати замовлення розміром 40 одиниць, коли рівень запасів вичерпується до 8 одиниць.

У даній моделі в якості випадково змінної величини можна було б вибрати не попит, а інтервал доставки. У цьому випадку в якості початкових даних необхідно використовувати різні значення періодів доставки, отримані в результаті статистичних досліджень на досить великому часовому інтервалі. На підставі цих даних обчислюється середнє значення часу доставки і визначається попит протягом кожного часового проміжку.

Список використаної літератури:

1. Економічна енциклопедія : у трьох томах [відп. ред. С. В. Мочерний] – К. : Академія, 2000. – Т. 1. – 2000. – 864 с.

2. Організація та проектування логістичних систем : [підручник] / М. П. Денисенко, П. Р. Левковець, Л. І. Михайлова [та ін] ; під ред. М. П. Денисенка, П. Р. Левковця, Л. І. Михайлової. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 336 с.

3. Просветов Г.И. Математические методы в логистике. Задачи и решения / Г.И. Просветов – М.: Альфа-Пресс, 2008. – 304с.

Науковий керівник: доцент кафедри моделювання економіки і бізнесу, к.ф.-м.н.,
доцент Денисенко В. С.

Д. О. Луговський

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОПТИМІЗАЦІЯ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКУ НА ОСНОВІ ЙОГО ГАЛУЗЕВОЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ

Серед методів управління ризиками, існуючих у банківській практиці на західних кредитних ринках, диверсифікація є найбільш ефективним та обґрунтованим засобом зниження рівня кредитного ризику. Однак розробці методів та моделей здійснення диверсифікації кредитного портфеля в сучасних умовах приділено недостатньо уваги.

Диверсифікація кредитного портфелю і ефективне управління кредитним портфелем банків загалом є одним із важливих управлінських заходів, від якості проведення котрого залежать фінансові результати діяльності установи. Грамотне управління і диверсифікація кредитного портфеля банківської установи зумовлює актуальність вибору теми дослідження [1].

Метою роботи є здійснення оптимізації кредитного портфеля на основі його галузевої диверсифікації.

Галузева диверсифікація означає розподіл кредитів між клієнтами, які здійснюють діяльність у різних галузях економіки. Для зниження загального ризику портфеля вирішальне значення має добір галузей, який повинен ґрунтуватися на результатах статистичних досліджень. Найвищий ефект досягається в разі вибору позичальників, котрі працюють у галузях з протилежними фазами коливань ділового циклу [2].

Розглянемо банк, який активно хоче працювати в п'яти галузях (напрямах): нерухомість (Н), інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ), харчова промисловість (ХП), дозвілля (Д) та фінансові установи (ФІН). Кожний з цих напрямків економіки має різні характеристики в плані ризикованості та прибутковості, а також відрізняється ймовірністю дефолту, тобто ймовірністю того, що боржник не буде відповідати за свої фінансові зобов'язання перед банком.

Ця ймовірність дефолту дорівнює середній очікуваній втраті по кредиту і визначається середньою ймовірністю дефолту (ІД) і його стандартним відхиленням (σ ІД, див. табл. 1).

Залежно від сектора, банк називає своїм клієнтам різні процентні ставки (тут буде як прибуток-маржа). Середній очікуваний збиток по кредиту віднімається від маржі ніби як від прибутку. Роблячи таким чином, банк отримує показник дохідності активів (ДА). Для простоти, ми припускаємо, що втрата у разі дефолту становить 100 відсотків, і тому це в основному ігнорується в наших розрахунках.

Нарешті, рішення банку стосовно відносних розмірів кредитного портфеля по секторах економіки до загального обсягу кредитного портфеля показано в стовпці Портфельний розподіл (ПР). В табл. 1. наведені основні показники кредитного портфеля банку на початковому етапі аналізу.

Кредитний портфель банку

Портфель	ІД	Маржа	ДА	σ ІД	ПР	Дохідність портфелю
Н	1,40%	2,30%	0,90%	3,32%	20%	0,18%
ІКТ	2,60%	4,00%	1,40%	6,00%	20%	0,28%
ХП	2,20%	3,00%	0,80%	4,00%	20%	0,16%
Д	2,40%	2,90%	0,50%	3,61%	20%	0,10%
ФІН	2,20%	3,30%	1,10%	5,48%	20%	0,22%
Разом					100%	0,94%

Будь-який банк буде прагнути портфель кредитів, які не корелюються, або навіть мають від'ємну кореляцію, щоб отримати найбільшу вигоду від ефектів диверсифікації. Однак такий портфель важко знайти. На практиці більшість секторів економіки показують сильну додатну кореляцію.

Будемо оптимізувати наш портфель: в якості цільової функції виступатиме прибутковість портфелю. Вимагатимемо, щоб стандартне відхилення не перевищувало 4 %, мінімальна доля сектора економіки в портфелі нехай становить 10% (тобто банк буде присутнім у всіх галузях) і сума часток становитиме 100%. Оптимізацію будемо здійснювати за допомогою надбудови «поиск решения» MS Excel (рис. 1). Видно, що в даному випадку банку варто приділити більше уваги ринку нерухомості (46,47%) та інформаційно-комунікаційній сфері (її частка становитиме 23,53%), решті галузям відводиться по 10% в структурі загального портфеля. Прибутковість становитиме 0,9877 %.

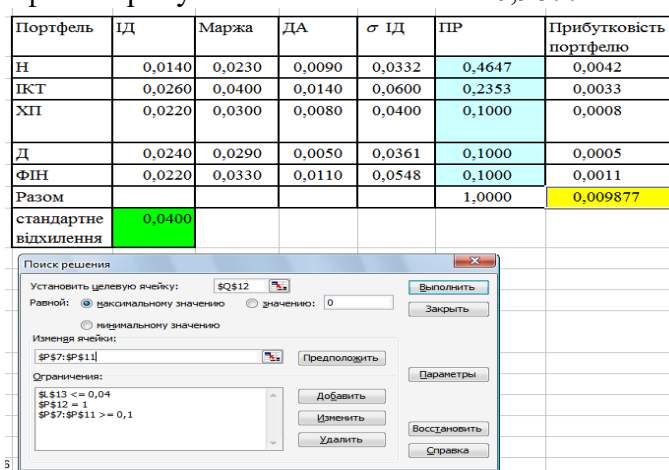


Рис. 1. Результати роботи надбудови «поиск решения»

Якщо повторити рішення даної задачі для різних рівнів ризику, то ми отримаємо цілий набір значень очікуваної прибутковості оптимального портфеля. Ці дані дозволяють побудувати нам так звану ефективну границю, або границю Марковіца.

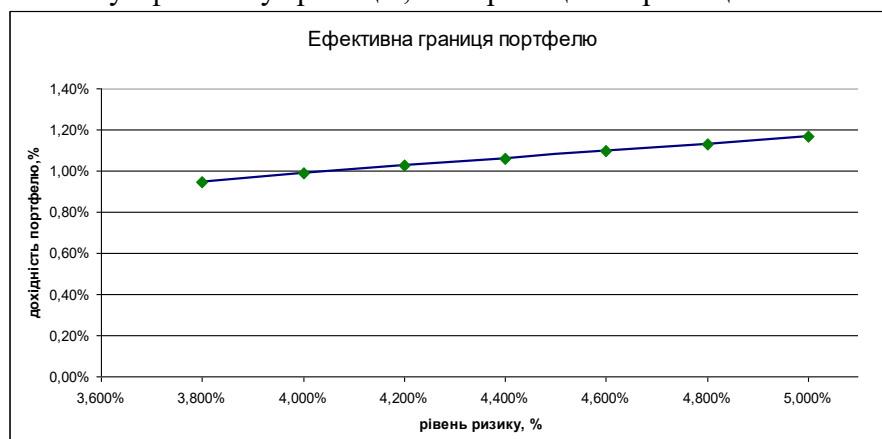


Рис. 2. Ефективна границя портфелю

На рис. 2 зображено графік цієї кривої (7 точок) і можна помітити, що мінімальний рівень ризику нашого портфеля становить близько 3,8%.

Список використаної літератури:

1. Кредитний ризик комерційного банку / Вітлінський В.В., Пернарівський О.В та інші. // Навчальний посібник. – Київ: Знання, 2000. – 252 с.
2. Кабушкин С. Н. Управление банковским кредитным риском [Текст] : Учеб. Пособие / С. Н. Кабушкин. – М.: Новое издание, 2004. – 336 с.

Науковий керівник: доцент кафедри моделювання економіки і бізнесу, к.ф.-м.н.,
доцент Денисенко В. С.

О. Л. Мальцевич

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ В ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Стратегічне планування визначає перспективу розвитку і майбутній стан системи виробництва як об'єкта, так і суб'єкта управління. Будучи активним управлінським процесом здійснення впливу на систему, планування підсилює темпи розвитку виробництва, сприяє розкриттю додаткових резервів, матеріальних джерел, вимагає застосування передових методів і форм впливу на весь виробничий організм. Для того щоб знизити ризик прийняття неправильного рішення через помилкову або недостовірну інформацію, керівництво приймає обґрунтовані і систематизовані перспективні планові рішення. Планування на найближчу перспективу допомагає створити єдність загальної мети всередині організації.

Як функція управління, організаційне планування полягає в обґрунтованому визначенні головних напрямків і пропорційності розвитку виробництва. При цьому враховуються матеріальні джерела забезпечення плану і попит ринку. У процесі планування конкретизується розвиток всього підприємства і кожного підрозділу окремо на встановлений період часу, визначаються господарські завдання, засоби їх досягнення, терміни і послідовність реалізації, виявляються всі види ресурсів, необхідні для виконання поставлених завдань. Шляхом застосування системи планування організація прагне завчасно врахувати всі внутрішні і зовнішні фактори, які можуть забезпечити сприятливі умови для її нормального функціонування і розвитку [1].

На якість планування впливають компетентність менеджерів всіх рівнів управління, їх кваліфікації, а також інформаційне забезпечення. Впровадження систем планування є початковим етапом управління, але це не одноразовий акт, а процес, який включає комплекс передбачених операцій і триває до їх завершення. Існують три способи планування: від досягнутого рівня, оптимальне і адаптивне.

Найбільш простий - від досягнутого рівня. Він не націлює колектив на вишукування резервів підвищення ефективності виробництва. Консерватизм проявляється в тому, що він не вимагає особливих зусиль і знань для реалізації прийнятих рішень. При цьому способі планування не приділяється належної уваги науково-технічному прогресу.

Більш прогресивний спосіб - оптимальне планування. Воно будується на системі науково обґрунтованих нормативів, економіко-математичних методах, спільному розгляді планів взаємопов'язаних об'єктів. Мета його - досягнення найбільш високих кінцевих результатів. Таке планування часто пов'язано з корінними якісними перетвореннями в системі, концентрацією ресурсів, сил і засобів. Його недолік - не завжди враховуються виникають в ході виробництва на місцях можливості коригування завдань.

Широко впроваджується адаптивне планування - це планування, яке дозволяє гнучко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, тобто враховувати їх в плані і ефективно до них пристосовуватися. Центр тяжкості тут переноситься на фактори і стимули, щоб забезпечити виконання прийнятих рішень. При цьому використовуються місцева ініціатива, резерви,

вишукуються шляхи подальшого підвищення ефективності виробництва. Велика увага приділяється самому процесу складання плану, його ув'язці із суміжниками.

На сучасному етапі економічного розвитку планування має бути комплексним. Спочатку дається аналіз стану господарства, різних сторін його діяльності, а потім враховуються такі чинники, як суспільна потреба, наявні трудові, матеріальні та фінансові ресурси. Береться до уваги також нормативна база, збалансованість планів на основі натуральних і вартісних балансів, балансів виробничих потужностей і праці [2].

Методологія планування базується на широкому використанні програмно-цільового підходу. Він вимагає точних формулювань цілей організації і їх ув'язки з ресурсами. Цілі ставляться на тривалу перспективу і відображають головні напрямки програми розвитку організації, відповідно до якої формулюються конкретні завдання кожному підрозділу. В обов'язковому порядку визначається загальний обсяг прибутку, норма рентабельності, а також показники, що впливають з маркетингової діяльності і нормативів фінансування. [3].

Завдяки стратегічному і поточному плануванню формуються завдання фінансово-господарської діяльності на певний період і конкретні способи їх досягнення. У планах передбачаються необхідні для здійснення завдань матеріальні і фінансові ресурси та методи їх ефективного використання. Методологія планування передбачає ув'язку цілей з ресурсами, визначення послідовності, засобів і методів досягнення цілей.

Таким чином планування на підприємстві та його підрозділах є одним із ключових завдань у процесі управління діяльністю будь-якого суб'єкта господарських відносин в сучасних ринкових умовах.

Список використаної літератури:

1. Зимовець В.В. Державна фінансова політика економічного розвитку / В.В.Зимовець. – К.: Ін-т економіки та прогнозування НАНУ, 2010. – 356 с.
2. Редькін О.С. Сучасні стратегії та технології корпоративного управління / О.С. Редькін, В.Реген, Н.А.Хрущ. – Одеса: «Евен», 2004. – 216с..
3. Робсон А.П. Цели и практическое осуществление планирования и контроля. / А.П. Робсон.– М.: ИНФРА – М, 1996. – 320 с..

Науковий керівник: завідувач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту,
д. е. н., професор Яценко О.В.

Mammadli Elchin Gurban

Azerbaijan Tourism and Management University

FORMS AND TYPES OF AUDIT CONTROL

Summary. In the market economy, audit is of particular importance in the development and regulation of general economic processes. Modern audit is important not only for civilian and effective financial control, but also for the strengthening of the financial system stability of entrepreneurship subjects, the development of their business development plans, and the study of local, regional and global markets. The audit system has a positive impact on the organization of effective management of entrepreneurship subjects, its mechanism of action. Therefore, the current level of audit system should be an important factor in increasing the effectiveness of entrepreneurship in the market economy. The article provides classifications for the areas of audit and its application, internal and external, voluntary and mandatory audit, principles of local and international practice their application, and the effectiveness of the audit have been reflected.

Key words: mandatory audit; optional audit; internal audit; internal audit; banking audit; audit of insurance companies; general audit; audit of investment funds; efficiency audit.

Audit control means that it is understood that the accounting and proper conduct of accounting in economic entities involved in the production and sale of goods, services and business, as well as the independent audit of accounting (financial) reports. Independent audits of annual financial

statements of economic entities include incorporation of the entity's assets, liabilities, equity and total financial performance in the report. More specifically, economic entities have limited direct government control over financial and economic activities of firms and companies engaged in free enterprise. That is, the direct control and intervention of the non-state enterprises' financial and economic activities is inadmissible. But the state is interested in fulfilling the requirements of such economic entities from its laws, legislative acts and normative documents. In addition, the government is also interested in timely detection of financial offenses in financial and economic activity of such economic entities, enterprises and companies. In this case, there is a need for a third party audit service. From all of these statements, we can conclude that independent, highly qualified, competent, independent auditors or auditor firms comply with the applicable laws, relevant guidelines and normative acts of auditing, auditing, accounting (financial) Audit can be classified by different criteria [1].

The auditor's supervision is carried out in two ways:

- mandatory audit;
- Voluntary (initiative) audit.

Mandatory audit or compulsory audit of annual reports means compulsory checks of annual (annual) accounting and financial statements. Mandatory audit shall be carried out in the cases established by law or by the instruction of state authorities. The scope of the mandatory audit and the rules of conduct are regulated by the legislation. Mandatory audit is conducted in open joint-stock companies, limited liability societies, banks and credit institutions, insurance companies, investment funds, commodity and stock exchanges.

Voluntary (audited) audit is carried out on a contractual basis with an independent auditor or auditor firm upon the decision of an economic entity. Voluntary audits, as opposed to compulsory audit, are an audit of an entity's own (company) initiative, rather than legislation. The customer shows the purpose of auditing the independent auditor or auditor firm, the issues that are important to check and the scope of the inspection. Voluntary audits may cover different aspects of the entity's activities. At the customer's discretion, voluntary audits are performed on both complex and partial (thematic), ie separate sections and areas [2].

The auditor's supervision for the nature of the implementation and the attitude towards the users of information is internal and external audit.

The internal audit system is an independent verification system for the organization's financial and economic activity, accounting, financial reporting compliance with the current legislation and the effectiveness of management. Internal audit is an internal control of an entity. Internal audit controls the cash flows and assets of the entity, as well as its internal governance policies and its quality. Its purpose is to evaluate the effectiveness of the enterprise management system. For this purpose, the entity has an internal audit department. The internal audit unit controls the accuracy of accounting (financial) reports of the economic entity. It also prepares proposals for improving the organization of production, the improvement of the interaction between different business units.

Internal audit covers the following:

- controlling the movement of assets, the condition and loss of inventories within the entity;
- Confirmation of the accuracy of the information submitted to the Management and the information used by them;
- Analysis of the effectiveness of internal control;
- Evaluation of the quality of information provided by the internal information system.

Outside audit is carried out on the basis of an agreement between an economic entity (entity, organization) and an independent auditor (auditor firm) for objective assessment of the validity of accounting and financial reporting, preparation of recommendations for improving the entity's financial position, improving its performance, and searching for undiscovered reserves of production . The independence of independent auditors or audit firms is determined by both legislative and ethical standards [3].

The main objectives of the outsourced audit include:

- Verification of the full, reliable and correct representation of accounting and financial reporting indicators related to the entity's financial and economic activities;
- Control over the proper compliance with the regulatory and legal acts regulating the assets, liabilities and equity of the entity;
- Verification of tax payments accuracy.

Types of auditor control for an object of audit are:

1. Bank Audit - Auditing firms carrying out this activity provide the normal functioning of the banking system in the country, financial strengthening, strengthening of stability, improvement of its performance and integration into the world banking system. Bank audit has a distinctive feature. It reflects the characteristics of the system in which it relates. Since banks are one of the most important elements of public life and they carry out leading functions in the market economy, they should constantly monitor their activities [4].

2. General audit refers to the audit of any entity or entity engaged in any type of activity, except for banks, insurance companies, exchanges, investment companies. The purpose of such an audit is not simply to identify deficiencies, but also to develop optimal recommendations for their elimination.

3. The audit of an investment fund may be carried out by external auditors meeting the requirements set out by the body responsible only with the supervisory authority and the audit authority. The auditor checks the following issues during the audit of investment funds:

- maintaining accounting records and preparing financial statements on investment fund assets and operations;
- composition and structure of investment funds' assets;
- deals with assets of the investment fund;
- volume and payment of remuneration, expenses and service fees related to the activity of the investment fund;
- the procedure for payment of dividends;
- Number of issued shares or shares [5].

4. Audit of insurance organizations. The auditor should first of all focus on the financial capabilities of the company when conducting an audit. Because of the financial potential of the insurance companies, the charter capital it owns is the guarantor and guarantor of the company's image in the financial market. That is, the legal entity and the physical person who is engaged in the insurance business are interested in the financial means of the insurance organization. Hence, the outcome of the audit will determine the risk of the contract [6].

Types of audit depending on the destination are as follows:

- Audit of financial statements;
- Audit of farm activity;
- Compliance audit;
- Tax audit;
- Operational audit;
- Ecological audit.

One of the most important forms of audit activity is efficiency audit. Efficiency audit is primarily intended to ensure that the auditor acts in conformity with the legislation and that the auditor achieves the objectives and effectively utilizes appropriate methods to achieve optimal results. In this case, the purpose of audit is not only a comprehensive study of financial statements, but also a comprehensive analysis of economic activities, so it should not be limited to statements of compliance with accounting records, but also to analyze accounting records for business performance evaluation. success depends primarily on the development of the methodological framework. Efficiency audit evaluates the level of productivity, efficiency and reliability of systems and procedures designed to measure and calculate productivity by the implementing organization, and searches and applies new methods and methods to increase productivity [7].

Literature List:

1. Law of the Republic of Azerbaijan "On auditor service". Baku 1994;
2. Statute "On the Chamber of Auditors of the Republic of Azerbaijan".
3. AR Law "On Internal Audit". Baku 2007;
4. Law of the Republic of Armenia "On Banks". Baku 2004;
5. AR Law "On Investment Funds". Baku 2010;
6. Law of the Republic of Azerbaijan "On Insurance Activity". Baku 2007;
7. Novruzov VT, "Audit" textbook. Baku 2011.

Научный руководитель: заведующая кафедрой «Маркетинг», доцент Годжаева Эльмира М.

Ю.Е. Марченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ТЕХНОЛОГІЯ BLOCKCHAIN ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ В УКРАЇНІ

Blockchain або розподілена технологія логотипу (DLT) - це технологічний протокол, який дозволяє обмінюватися даними безпосередньо між різними сторонами у мережі без необхідності посередників. Учасники мережі взаємодіють із зашифрованими ідентифікаціями (анонімно); кожна транзакція додається до незмінного ланцюжка транзакцій і поширюється на всі вузли мережі.

Поняття «Blockchain» було впроваджене анонімом Сатоші Накамото у 2008 році [1]. Сатоші Накамото (англ. Satoshi Nakamoto) - псевдонім розробника протоколу криптовалюти Bitcoin, який створив першу версію програмного забезпечення, де цей протокол був реалізований.

31 жовтня 2008 року Накамото опублікував статтю «Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System» у списку розсилки з криптографії (The Cryptography Mailing list на metzdowd.com), де описав Bitcoin як повністю децентралізовану систему електронної готівки, що не вимагає довіри третім сторонам. На початку 2009 р. він випустив першу версію bitcoin-гаманця і запустив мережу Bitcoin.

Це стало першим успішним практичним вирішенням інформаційної проблеми: як забезпечити довіру між сторонами до отриманої інформації без залучення зовнішніх гарантів – банків, посередників, нотаріусів тощо.

Доповідь Goldman Sachs «Blockchain: The New Technology of Trust» містить короткі висновки, що пояснюють основні концепції функціонування механізму консенсусу в Blockchain:

1) Ця база даних містить інформацію про транзакції між двома або більшою кількістю її сторін, резервні копії якої зберігаються у багатьох точках на відповідних комп'ютерах, що є вузлами інформаційної системи – нодами.

2) Подібна база даних складається з «ланцюжків блоків» (Blockchain), кожен з яких містить дані, такі як деталі транзакції (продавець, покупець, ціна), умови транзакції та інші.

3) Деталі транзакції, проходять валідацію з боку всіх нодів мережі за допомогою алгоритму - «хешування». Транзакція підтверджується у тому випадку, якщо результат хешування підтверджується усіма нодами [2, с.4].

4) Новий блок додається до існуючого ланцюжку транзакцій тільки у тому випадку, якщо він успішно проходить валідацію [3].

У Blockchain-мережі є два типи учасників:

1. Майнери, що створюють нові блоки, обчислюють та привласнюють їм закриті коди – хеші. Майнери працюють на власних обчислювальних потужностях і отримують винагороду за рахунок комісій.

2. Прості користувачі, які здійснюють фінансові або інші операції.

Блок транзакцій - спеціальна структура для запису групи транзакцій у системі Bitcoin та аналогічних їй [4].

Будь-яка криптовалюта – це послідовність цифрових підписів. Структуру транзакції наведено на рис. 1.

Відкритий ключ учасника (1,2,3) – це власне адреса, куди слід перевести певну суму коштів.

Хеш транзакції - сама інструкція, вона містить інформацію про суму переказу і куди він йде. Тому на рис. 1 зображено стрілки, що йдуть від попередньої транзакції до наступної.

Підпис учасника (0,1,2) – подібно до підпису на чеку, який за допомогою секретного ключа підтверджує ваші повноваження як власника коштів. Секретний ключ - наче пін-код від кредитної картки.

Транзакція готова і далі вона потрапляє у блок. Всі нові транзакції запускаються у мережу, де їх повинні «причепити» до ланцюжка. Мережа у свою чергу містить велику кількість вузлів, які займаються формуванням нового блоку і перевіркою достовірності транзакції.

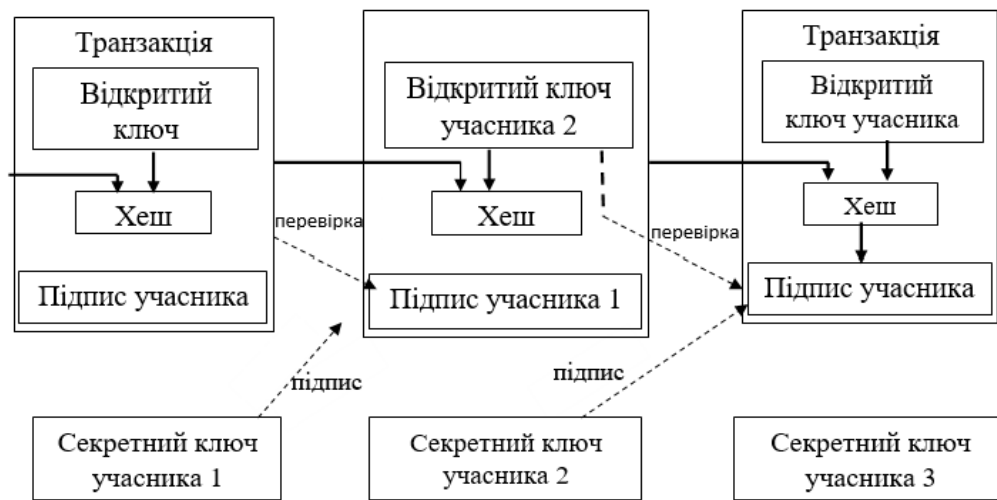


Рис. 1. Структура транзакцій
Джерело: [2]

Вузли шляхом обчислень підбирають хеш для блоку простим методом перебору різних значень. Коли це значення знайдено і відповідає всім вимогам, блок вважається сформованим. Цей процес називається Майнінгом (mining).

Для України система blockchain відкриває безліч можливостей, наприклад, для банківських установ. Першим банком який почав проводити криптовалютні операції став Приватбанк. Уже існують проекти із використанням технології blockchain, які частково реалізовані на державному рівні.

У майбутньому комерційні банки зможуть проводити неторгові операції з купівлі-продажу криптовалюти за гривні, при цьому забезпечувати операційну безпеку клієнтів та надавати консультації.

Розповсюдження обмінних операцій за допомогою криптографічних методів дозволить комерційним банкам:

1. Захистити клієнтів банків від шахраїв;
2. Підвищити довіру до банків (одна з найважливіших проблем);
3. Отримати нове джерело доходів для банків;
4. Прискорити швидкість документообігу, ефективність договорів, розширити асортимент послуг банку завдяки створенню систем Smart контрактів;
5. Зменшити витрати на інкасацію та перевезки банківських документів;
6. Скоротити витрати на робочий персонал, що обслуговує документообіг;
7. Зменшити витрати на оплату обчислювальних центрів та обслуговування технічних активів управління, на виготовлення та введення в експлуатацію грошово-розрахункових документів.

Основними напрямками використання blockchain-технології можуть стати:

1. Державне управління. Blockchain-технологія дає змогу вести децентралізовані державні реєстри, зокрема реєстри прав власності на землю, нерухоме майно тощо. Використовуватися як файлове сховище величезних масивів інформації.

2. Державний та приватний електронний документообіг.

3. Опитування суспільної думки.

4. Аудит проведених державних закупівель чи поставок.

5. Захист інтелектуальної власності на основі смарт-контрактів.

6. Аграрний сектор.

7. Енергетика – для перерозподілу та обміну надлишками енергії між користувачами мережі.

8. Банківський сектор

9. Медицина – для ведення відповідних реєстрів.

Отже, можна зробити висновки, що технологія Blockchain представляє єдину систему записів, що міцно пов'язані між собою, та які легко відстежити і перевірити. Blockchain-технологія є перспективною для впровадження в Україні. Дана база універсальна, оскільки вона підходить як для переказу коштів, так і для зберігання документів за будь-якими важливим юридичними операціями. Система відповідає абсолютно всім запитам, які ставлять люди, котрі довірили свої папери і гроші.

Список використаної літератури:

1. Сатосі Накамото [Електронний ресурс]. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: uk.wikipedia.org/wiki/Сатосі_Накамото.

2. Goldman S. Blockchain – Putting Theory in Practice / Sachs Goldman. // Equity research. – С. 88.

3. Сидоренко З. А. Дослідження технології Blockchain // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». — 2017. — №10.

4. Блокчейн: определение, блоки транзакций и применение вне сферы криптовалют [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://hr-portal.ru/varticle/blokcheyn-opredelenie-bloki-tranzakciy-i-primenenie-vne-sfery-kriptoalyut>.

Науковий керівник: старший викладач кафедри моделювання економіки і бізнесу,
к.е.н. Данильчук Г. Б.

Т.О. Ніколайчук

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАНУ

КОНЦЕСІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РАЦІОНАЛЬНОГО КОРИСТУВАННЯ ПРИРОДНИМИ РЕСУРСАМИ У СФЕРІ ПРИРОДНО- ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ

На сьогоднішній день природно-заповідний фонд розглядається як частина світової системи природних територій та унікальних об'єктів, що перебувають під охороною та потребують особливого режиму. Забезпечення екологічної безпеки, підтримання екологічної рівноваги, розширення та фінансово-організаційна підтримка існуючих та створення нових об'єктів природно-заповідного фонду визначається одним з напрямків Стратегії державної екологічної політики України на період до 2020 року [1]. Залучення інвестицій у сферу природно-заповідного фонду (далі-ПЗФ), участь у цільових програмах розвитку, регулювання відносин у кардинально новій економіко-екологічній площині потребує державно-приватного партнерства, оскільки виключно державний сектор не в змозі подолати багатовікову економічну кризу, що зумовила зупинку розвитку та подекуди занепад природно-заповідних установ.

Правове регулювання власне природно-заповідних відносин лежить в сфері публічного права, яке кардинально відрізняється від приватноправових галузей права. Відповідно і договірні відносини у сфері природно-заповідного фонду мають свої характерні особливості з

публічним забарвленням, оскільки об'єктом цих відносин виступають екологічні інтереси усього населення країни. Однак, з метою забезпечення публічних інтересів у царині природно-заповідного фонду можуть використовуватися приватноправові методи. Доцільним, з точки зору економічних, соціально-екологічних інститутів та наявності правового, підґрунтя механізмом державно-приватного партнерства у сфері природно-заповідного фонду можуть стати різні форми угод, зокрема договір концесії, про спільну діяльність, управління майном, лізингу, оренди тощо.

За своєю правовою природою договір концесії можна віднести до різновиду договору оренди, який має певні особливості та обмеження. Керуючись визначенням концесії, яке пропонує нам законодавець, можливо відокремити деякі юридичні категорії, які притаманні угодам оренди, однак концесійним відносинам властиві особливі сутнісні ознаки, найбільш характерною є спрямованість на задоволення громадських потреб у сферах діяльності, які визначені законодавством, тільки після цього є на меті отримання прибутку [2]. Також концесію тлумачать як: метод державного регулювання; форму управління державною власністю; форму залучення

інвестицій приватного сектору, відповідно до якої приватним компаніям передаються права володіння і користування об'єктами на період будівництва й експлуатації; одну з підстав виникнення права спеціального природокористування [3, с.178].

Однак залучення приватних інвестицій у сектор заповідної справи є досить важкою процедурою, оскільки приватні підприємці мають бути дійсно зацікавлені у таких договірних відносин, а також матимуть реальну можливість на отримання прибутку. Законодавець серед головних положень договору концесії визначає його довготривалість, а саме не менше 10 років [2], в той же час основною метою приватного сектора економіки є отримання прибутку, адже однією з головних ознак підприємницької діяльності, окрім систематичності та ризику, є саме спрямованість на отримання суб'єктом підприємницької діяльності прибутку від своєї діяльності [4]. Дуже важливою передумовою державно-приватного партнерства є ґрунтовний бізнес-план, який врахує всі аспекти співробітництва, оскільки приватний партнер ризикує не тільки своїм часом, працею, діловою репутацією, але й вкладеними коштами — своїми власними і або компаньйонів-акціонерів.

Передусім зазначимо, що концесію застосовують тоді, коли у держави недостатньо фінансових, людських, управлінських, матеріально-технічних та інших ресурсів для надання послуг населенню чи збереження найбільш унікальних територій та об'єктів природно-заповідного фонду України. Концесія може стати одним із способів для надання таких послуг та досить успішним механізмом, що дозволяє в рівній мірі врахувати інтереси держави та потенційних бізнес-інвесторів.

В сфері відносин заповідної справи концесійні угоди можуть використовуватись як для об'єкту природного – заповідного фонду цілком, так і для окремих його складових, наприклад рекреаційна, туристична діяльність в залежності від режиму об'єкту ПЗФ та його правового статусу.

Законодавець передбачає, що території природних заповідників, заповідні зони біосферних заповідників, землі та інші природні ресурси, надані національним природним паркам, є власністю Українського народу [5], та не можуть перебувати в інших формах власності, отже залучення приватних інвестицій можливе лише шляхом укладення концесійного договору. Перевагою застосування концесії у сфері заповідної справи є те, що держава не витрачає кошти платників податків на їх утримання і збереження в належному стані, а також для популяризації цих об'єктів серед населення країни.

Для об'єктів природно-заповідного фонду буде більш економічно та організаційно вигідною формою надання у користування природних ресурсів на підставі концесійної угоди, ніж договорів оренди, які наразі є найбільш розповсюдженою правовою формою

На сьогоднішній день передача об'єктів природно-заповідного фонду шляхом концесійних угод на певних умовах туристичному бізнесу і перетворення їх на основі реконструкції у комплекси відпочинку туристичного сектору є перспективним напрямом,

однак вимагає значних інвестицій. Окупність таких інвестиційних проектів залежатиме від стану збереження чи зруйнованості наявних майнових комплексів, а отже, й обсягу затрачених фінансових зусиль.

Концесія може бути ефективним способом для збереження унікальних природних комплексів та об'єктів ПЗФ в Україні, але при цьому варто докласти зусиль, аби з часом цей механізм не став трансформацією для привласнення природних ресурсів держави приватним сектором та об'єктом для маніпуляції недобросовісних підприємців-інвесторів. В умовах існуючих прогалин та колізій у нормах чинного природоохоронного законодавства державі та суспільству необхідно мати право в потрібний момент втрутитися в хід виконання концесійної угоди, з метою гарантування збереження цих об'єктів для наступних поколінь

Список використаної літератури:

1. Закон України "Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року" від 21.12.2010 2818-VI// Відомості Верховної Ради України. - 2011.- № 26.- Ст.218. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/997-14>.
2. Закон України "Про концесії" від 16.07.1999 № 997-XIV// Відомості Верховної Ради України. - 1999.- № 41.- Ст.372. - [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/997-14>.
3. Мороз Г.В. Концесія природних ресурсів: законодавчі та наукові положення.//Юридичний науковий електронний журнал. - 2017.- № 6.-С. 177-179.
4. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV// Відомості Верховної Ради України.- 2003.- № 18, № 19-20, № 21-22.-Ст.144.- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
5. Закон України "Про природно-заповідний фонд України" від 16.06.1992р. № 34// Відомості Верховної Ради України .- 1992.-№ 34.- Ст. 503.- [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>.

Науковий керівник: д.е.н., с. н. с., вчений секретар Інституту проблем ринку та економіко-екологічних досліджень Національної академії наук України Хумарова Н.І.

О. В. Паламарчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНИХ ЗАДАЧ ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОГО ПЛАНУ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

На сучасному етапі розвитку науки і техніки вимоги до транспортних задач (ТЗ) значно підвищилися. Так, українські і зарубіжні підприємства, що займаються наданням транспортних послуг або ті, для яких транспортна логістика є важливим сегментом господарської діяльності (наприклад, ТОВ СП «Нібулон», яке спеціалізується на зберіганні та перевалці зерна [1]), в процесі автоматизації своєї роботи вимагають застосування комплексного підходу до проведення всіх логістичних розрахунків. Саме цим зумовлена висока практична цінність результатів дослідження моделей та методів розв'язання багатокритеріальних транспортних задач. Також, безумовною є актуальність як теоретичних, так і практичних досліджень, що реалізуються в цьому напрямку фахівцями з математики, економіки, менеджменту, теорії дослідження операцій, транспортної логістики тощо.

Вперше задача у вигляді пропозиції щодо укладання національного плану перевезень, що дозволяє мінімізувати сумарний кілометраж, подана в роботі радянського економіста Л.М. Толстого (1930). Екстремальна задача з мінімізації транспортних витрат була сформульована ним в 1939 р.

Одну з різновидів транспортної задачі в 1941 р. поставив американець Хічкок (проблема Хічкока). Але закінченого методу вирішення цієї задачі він не розробив.

У загальному вигляді задача математичного програмування сформульована в 1939 р. Л.В. Канторовичем. Саме він запропонував метод множників, що дозволяє її вирішувати. Разом із М.К. Гавуриним у 1949 р. Л.В. Канторович розробив метод потенціалів, який і дотепер є найбільш поширеним методом вирішення транспортних задач [2].

ТЗ в класичній постановці передбачає, що доставка вантажів здійснюється за допомогою лише одного виду транспорту. Проте, якщо припустити, що в наявності є більше ніж один вид транспорту, то отримаємо нову ТЗ, яка має назву розподільної транспортної задачі про вибір засобів доставки вантажу.

Основні припущення розподільної ТЗ (відмінні від класичної задачі):

- 1) кількість засобів доставки вантажу (видів транспорту) – скінченна;
- 2) відома вантажопідйомність і величина парку кожного виду транспорту;
- 3) вантажі підлягають доставці в один центральний пункт (склад).

Насамперед наявність параметру вантажопідйомності не дозволяє звести модель розподільної ТЗ до класичної. Тому її неможливо розв'язати методом потенціалів. В нагоді може стати метод відтинання, проте, в цьому випадку процедура розв'язування задачі значно ускладнюється, оскільки потребуватиме введення в задачу додаткових обмежень (нерівностей Гоморі). Таким чином, на практиці дану задачу розв'язують за допомогою різноманітних математичних пакетів та прикладних комп'ютерних програм, наприклад, із застосуванням «Пошуку рішення» в MS Excel [3]. Інші прикладні програми досить часто мають незручний інтерфейс або ж характеризуються складним механізмом обміну даними з іншим програмним забезпеченням.

Варто зазначити, що з практичної точки зору кількість видів транспорту не повинна бути великою – наприклад, в межах України вантажі доставляються переважно автомобільним, залізничним чи річковим транспортом, трохи рідше – повітряним. З іншого боку, надходження лише в один пункт доставки є малоймовірним – в реальності кількість таких пунктів більше за один, так само, як це припускається в класичній ТЗ.

Загальна структура етапів моделювання багатокритеріальних задач визначення оптимального плану транспортних перевезень наведена на рисунку 1.

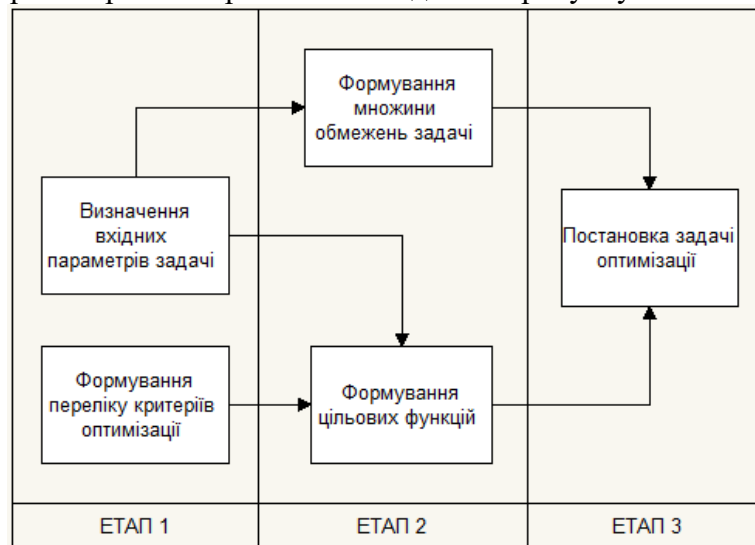


Рис.1. Концептуальний алгоритм створення моделей багатокритеріальних задач визначення оптимального плану транспортних перевезень

Таким чином, на першому етапі необхідно ввести значення вхідних параметрів транспортної задачі, а саме: кількість пунктів відправки та доставки, собівартість та ризик перевезень з кожного пункту відправки в кожен пункт доставки (по кожному виду транспорту окремо), величини запасів та потреб, вантажопідйомність парків транспорту тощо. Крім того, треба сформулювати перелік цільових функцій задачі.

На другому етапі, на основі значень вхідних параметрів, необхідно сформулювати множину обмежень транспортної задачі, а також, враховуючи як вхідні параметри, так і перелік критеріїв оптимізації, визначити вигляд цільових функцій.

На третьому етапі, поєднавши множину обмежень та цільові функції, отримаємо постановку багатокритеріальної транспортної задачі.

Окреме місце серед ТЗ посідає транспортна задача за критерієм часу. Дана задача виникає під час перевезення термінових вантажів, наприклад, продуктів, які швидко псуються, в надзвичайних ситуаціях тощо, коли загальна вартість перевезень має другорядне значення, а на перше місце виходить час.

Таким чином, в даній ТЗ треба скласти такий план перевезень, щоб повністю вивезти запаси всіх постачальників, цілком задовольнити потреби всіх споживачів, а час доставки вантажу був мінімальний.

Транспортна задача за критерієм часу не належить до задач лінійного програмування, оскільки її цільова функція нелінійна відносно змінних задачі. Розв'язування цієї задачі можна звести до послідовного розв'язання декількох задач лінійного програмування.

Транспортну задачу можна сформулювати та розв'язати за декількома критеріями якості. Такі задачі називаються задачами багатокритеріальної або векторної оптимізації – у випадку ТЗ за критерієм часу другим критерієм оптимізації може бути та сама мінімальна собівартість з постановки класичної ТЗ. При розв'язуванні багатокритеріальних задач оптимізації існує три основні проблеми щодо: а) вибору принципу оптимальності, за яким можна вирішити, чому один розв'язок кращий за інший; б) визначення вагових коефіцієнтів кожного показника якості, за якими вирішується, які показники важливіші, а які — менш важливі, причому сума вагових коефіцієнтів дорівнює одиниці; в) нормування чи нормалізація (масштабування) критеріїв, адже в задачах векторної оптимізації часто розглядаються показники, які мають різний масштаб та одиниці вимірювання, тому, щоб порівняти показники між собою, їх треба звести до однакових одиниць вимірювання або зробити безрозмірними.

Зважаючи на те, що постановка (а отже, і методи розв'язання) багатокритеріальних задач визначення оптимального плану транспортних перевезень не є класичною, її реалізація має бути покладена на спеціалізоване програмне забезпечення. Важливим завданням є визначення конкретних підходів та алгоритмів такої реалізації. З цією метою наступним першочерговим завданням є деталізація та конкретизація поставленої задачі з точки зору наявних та розроблюваних методів та моделей багатокритеріальної оптимізації.

Список використаної літератури:

1. ТОВ СП «Нібулон» [Електронний ресурс] // Офіційний сайт. Режим доступу: nibulon.com.
2. Самойленко М.І., Скоков Б.Г. Дослідження операцій (Математичне програмування. Теорія масового обслуговування): навч. посібник. Харків: ХНАМГ, 2005. 176 с.
3. Леоненков А.В. Решение задач оптимизации в среде MS Excel. СПб.: БХВ. Петербург, 2005. 704 с.

Науковий керівник: доцент кафедри моделювання економіки і бізнесу, к.ф.-м.н.,
доцент Денисенко В. С.

А. О. Підпалок

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КЛАСТЕРНИЙ АНАЛІЗ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ УКРАЇНИ

Актуальність теми дослідження пов'язана з тим, що рух робочої сили є одним з найважливіших процесів, що впливають на розвиток окремих галузей та економіку країни вцілому. Структура міграційних процесів – це один з важливих соціально-економічних показників, який постійно знаходиться в динаміці, а отже вимагає ретельного аналізу та прогнозування. Вивчення міграції населення в межах України дає підстави виявити привабливість окремих регіонів для робочої сили, з'ясувати її причини та наслідки.

Метою цього дослідження є з'ясування особливостей міграції робочої сили в регіонах України та здійснення процедури групування досліджуваних областей за подібністю міграційних процесів.

Для аналізу територіальних особливостей внутрішніх міграційних процесів областей України було проведено кластерний аналіз, який запропонував вчений Р. Тріон у 1939 році [1]. Кластерний аналіз дозволив розподілити області на кластери, тобто групи, до складу яких увійшли адміністративно-територіальні одиниці з найбільш подібними характеристиками руху робочої сили. Кластерний аналіз є одним із ієрархічних методів класифікації, що передбачає поділ вихідної сукупності об'єктів або показників на кластери (групи, класи) у багатовимірному просторі. Координатами цього простору є всі статистичні показники, що увійшли до вибіркової сукупності. Критерієм об'єднання в кластери є мінімум відстані у просторі показників, тому дистанційний коефіцієнт є ключовим поняттям у кластерному аналізі [2].

Для дослідження були вибрані статистичні дані обсягів міграції населення України за останні 15 років, а саме за період з 2002 року до 2017 року. Спробуємо охарактеризувати динаміку вибуття та прибуття населення між областями України, визначимо, які області є подібними між собою, а які – відрізняються. Области України буде поділено на певну кількість кластерів, кількість яких найкраще відобразить побудована нами дендрограма. Результати побудови ієрархічних дерев представлені на рис. 1 та рис. 2.

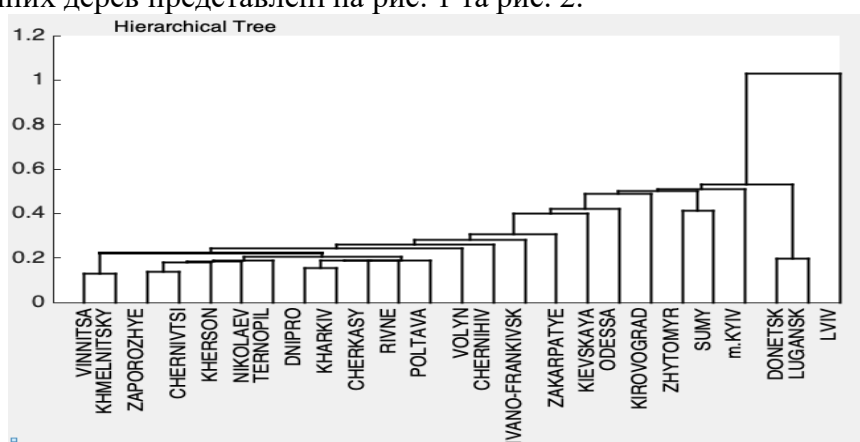


Рис. 1. Ієрархічне дерево областей України за кількістю прибулих
Джерело: побудовано автором за [3]

Проаналізувавши дані рисунку 1, нами було виокремлено 4 кластери областей України за кількістю прибулих осіб, які чітко прослідковуються на дендограмі. До першого кластеру відноситься Вінницька та Хмельницька області. За силою зв'язку, перший кластер має найсильніший зв'язок областей між собою, це пояснюється їх близьким географічним розташуванням та подібністю умов проживання. До наступного кластеру ми віднесли Запорізьку і Чернівецьку області. Третій кластер нараховує у своєму складі Дніпропетровську і Харківську області, а четвертий – Донецьку і Луганську. Між іншими областями України не має такого зв'язку, який би дозволив об'єднати їх у кластери.

Регіональну диференціацію зумовлено наявністю просторових диспропорцій, різницею рівня соціального розвитку, відмінністю кліматичних умов та природно-сировинних ресурсів, які впливають на територіальне розміщення підприємств та добробут громадян. Наприклад, у Запорізькій та Дніпропетровській областях зосереджено основні родовища корисних копалин України. Харків характеризується науково-дослідним потенціалом, розвинутою виробничою, соціальною та транспортною інфраструктурою. Водночас, приріст населення в Дніпропетровській і Харківській областях пояснюється ще й близьким сусідством з Донецькою та Луганською, де здійснюється АТО.

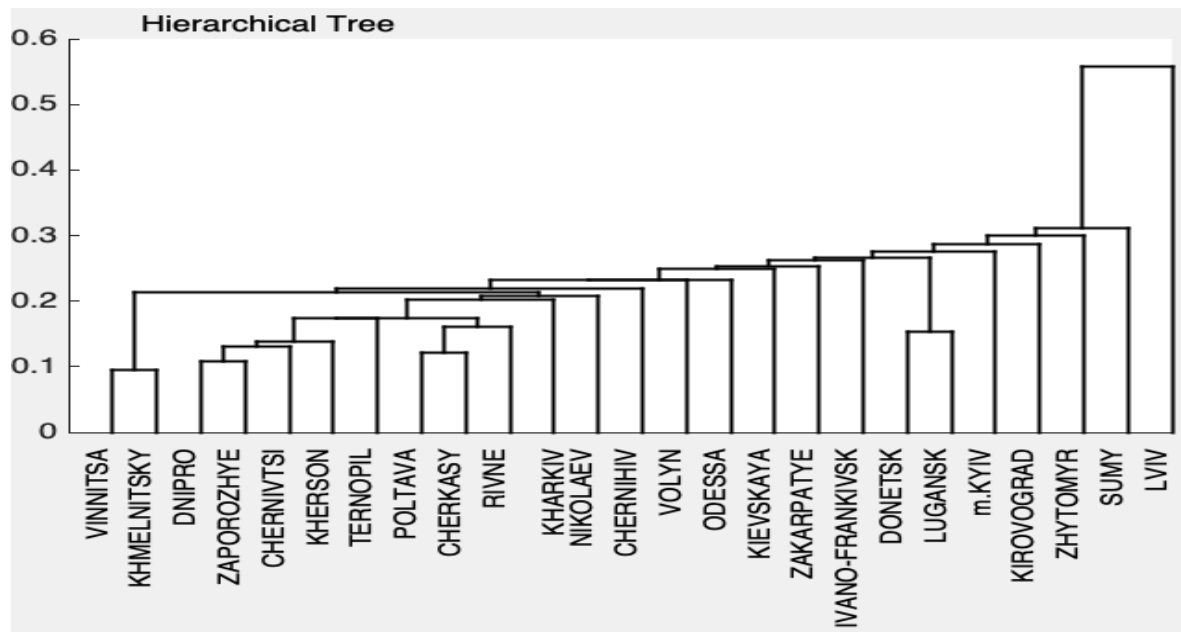


Рис. 2. Ієрархічне дерево областей України за кількістю вибулих
Джерело: побудовано автором за [3]

Аналіз даних рисунку 2, дає підстави виокремити 3 кластери областей України за кількістю вибулих осіб. До першого кластеру можна віднести Вінницьку та Хмельницьку області. До наступного великого кластеру увійшли Дніпропетровська, Чернівецька, Херсонська, Тернопільська, Полтавська, Черкаська і Рівненська області. Якщо розглянути детальніше цей кластер, то ми можемо спостерігати, що всередині нього наявний сильний зв'язок між Полтавською та Черкаською областями та підкластером у складі Дніпропетровської, Запорізької, Чернівецької та Херсонської областей, особливо між Дніпропетровською і Запорізькою. Це пояснюється їх географічним сусідством та подібністю умов проживання, а саме відносно низьким рівнем заробітної плати та близькістю розташування до територій, де здійснюється АТО.

Третій кластер нараховує в своєму складі Донецьку і Луганську області. Починаючи з 2014 р. численні внутрішні переселення в Україні, спричинені анексією Криму та воєнними діями на Донбасі і є вимушеним явищем. Водночас з прагненням вберегтися від бойових дій мотивом переміщення населення також виступала і необхідність працевлаштування.

Отже, питання міграції населення не втрачають своєї актуальності, а набувають нового значення, адже є нагальними, тому потребують подальших досліджень. Здійснений аналіз дав змогу встановити групи територіальних одиниць за подібністю міграційних процесів за період 2002-2017 рр. Отже, за результатами кластерного аналізу було виявлено 4 кластери областей України за кількістю прибулих і вибулих осіб.

Список використаної літератури:

1. Tryon R.C. Cluster analysis. — London: Ann Arbor Edwards Bros, 1939. — 139 p.
2. Соловійов В. М. Моделювання складних економічних систем / В.М. Соловійов, В.В. Соловійова, Н.А. Хараджан. – Черкаси - Кривий Ріг: Видавничий відділ НМетАУ, 2010. – 119 с.
3. Міграційний рух населення України за 2002-2017 роки [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Науковий керівник: завідувач кафедри моделювання економіки та бізнесу, д. е. н.,
доцент Кібальник Л. О.

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ І ШЛЯХИ ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Починаючи свою діяльність, кожен підприємець сподівається на комерційний успіх, тобто гадає, що зможе продавати свою продукцію за такими цінами, які б не тільки окупили витрати на виробництво товару, а й принесли прибуток.

Прибуток характеризує ефективність господарювання за всіма напрямками його діяльності: виробничої, збутової, постачальницької, інвестиційної, фінансової. Прибуток становить основу економічного розвитку підприємства і зміцнює його фінансовий стан та фінансові відносини з партнерами.

Крім цього, прибуток є основним джерелом фінансування витрат на виробничий і соціальний розвиток підприємства, найвагомим джерелом централізованих ресурсів держави: у доходи бюджету здійснюються відрахування від одержаного доходу підприємства, значною частиною якого є прибуток. Це означає, що доходи підприємства повинні задовольняти не тільки фінансові потреби, а й потреби держави на фінансування суспільних фондів споживання, розвиток науки, освіти, охорони здоров'я. Таким чином, у збільшення прибутку зацікавлені як підприємство, так і держава.

Прибуток являє собою виражений у грошовій формі чистий дохід підприємця на вкладений капітал, що характеризує його винагороду за ризик здійснення підприємницької діяльності, що являє собою різницю між сукупним доходом і сукупними затратами в процесі здійснення цієї діяльності. [1]

Основними функціями прибутку є такі:

– слугує мірилом, що дає змогу оцінити результати господарської діяльності підприємства;

– є джерелом винагороди засновникам (власникам) підприємства. За показником прибутку визначається частка доходів засновників (власників) підприємства та розміри очікуваних дивідендів (для акціонерних товариств);

– в умовах ринкових відносин прибуток є основним джерелом фінансування розвитку підприємства та вдосконалення його матеріально-технічної бази, забезпечення всіх форм інвестування; [2]

– прибуток виступає критерієм доцільності під час схвалення господарських рішень на підприємстві. Оскільки більшість рішень підприємства пов'язані з витрачанням ресурсів (матеріальних, трудових, фінансових), вони мають розглядатись з урахуванням величини прибутку, який підприємство отримає у результаті їхньої реалізації;

– прибуток є основним фінансовим важелем при формуванні надходжень до бюджету країни. Регулюючи розміри прибутку, що залишаються у розпорядженні підприємств, держава стимулює ділову активність суб'єктів господарювання. [3]

В ринкових умовах з поширенням кризових явищ стає актуальною проблема прийняття рішень, які б дозволили збільшити прибуток підприємства.

До шляхів збільшення прибутку можна віднести такі:

- зменшення витрат на виробництво і реалізацію продукції;
- збільшення обсягу реалізації продукції;
- підвищення продуктивності праці;
- постійне зниження позареалізаційних збитків;
- підвищення якості продукції, що реалізується;
- продаж зайвого устаткування та іншого майна або здача його в оренду;
- диверсифікація виробництва;
- розширення ринку продажів і інше.

Зниження собівартості продукції є найважливішим фактором росту прибутку. У зниженні собівартості продукції найбільш повно відбивається економія матеріальних, трудових та фінансових ресурсів, якими розпоряджається підприємство. Максимальна мобілізація резервів собівартості продукції є важливою умовою ефективного функціонування підприємства. Механізоване виробництво потребує значно менше робітників і це в свою чергу зменшить витрати на оплату праці. Також за рахунок нового обладнання можна збільшити випуск продукції, що в свою чергу призведе до зниження витрат в розрахунку на одиницю продукції.

Слід також відмітити, що з ростом обсягу випуску продукції прибуток підприємства збільшується не тільки за рахунок зниження собівартості, але і внаслідок збільшення кількості продукції, що випускається. Таким чином, чим більший обсяг виробництва, тим за інших рівних умов більше сума одержуваного підприємством прибутку.

З ростом продуктивності праці знижуються витрати праці в розрахунку на одиницю продукції, а отже, зменшується і питома вага заробітної плати в структурі собівартості. Для цього підприємство повинне активно використовувати різноманітні мотиваційні засоби.

Також важливими є наступні заходи підвищення прибутку підприємства:

– Планування. Якщо план із прибутку складено на належному рівні, професійно та грамотно, підприємство має змогу правильно визначити обсяг платежів у державний бюджет і суму прибутку, що залишається в його розпорядженні з метою створення фінансової бази для розвитку діяльності, необхідних витрат на розвиток соціальної сфери, матеріальне заохочення праці.

– Резерви зростання. Постійний пошук невикористаних можливостей збільшення прибутку, що забезпечуватиме його зростання.

– Ділова репутація. Одержувати додатковий прибуток і підвищити рентабельність підприємству дозволяє висока ділова репутація. Вчасне розрахування з постачальниками, якість та швидкість наданих товарів і послуг, прийнятна ціна - основні її показники.

Неменш важливу роль в підвищенні прибутку відведена маркетингу. Практика світової торгівлі показала, що багато видів нових виробів не знаходять свого покупця на ринку без вправної організації маркетингу. Тому в цих умовах господарювання слід більше уваги приділяти маркетингу.

Отже, прибуток показник якій найбільш повно відображає ефективність виробництва, об'єм і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості; це один з основних фінансових показників господарської діяльності підприємства. За рахунок прибутку здійснюється фінансування заходів щодо науково-технічного і соціально-економічного розвитку підприємства. Прибуток основний чинник економічного і соціального розвитку підприємств.

Для підвищення прибутку потрібно спиратися на комплексний техніко-економічний аналіз роботи підприємства: вивчення техніко-економічних показників роботи підприємства й організаційного рівня виробництва, використання виробничих потужностей і основних фондів, сировини і матеріалів, робочої сили, господарських зв'язків тощо.

Список використаних джерел:

1. Пасічник В.Г. Організація виробництва: підручник. / В.Г. Пасічник. – К.: ЦНЛ, 2005. – 248 с.
2. Шлійко А.В. Економіка підприємництва на ринку товарів і послуг: навчальний посібник. / А.В. Шлійко. – К.: ЦНЛ, 2008. – 376 с.
3. Манів З.О. Економіка підприємства: навч. посіб. / З.О. Манів, І.М. Луцький. – К.: Знання, 2004. – 580 с.

Науковий керівник: завідувач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту,
д. е. н., професор Яценко О.В.

ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ

В сучасних умовах господарювання першочергового значення набувають стан і перспективи діяльності підприємств та ефективне використання фінансових ресурсів. Перед ними як самостійними суб'єктами ринку постає проблема раціонального формування внутрішніх і зовнішніх фінансових відносин та ефективно організації управління їх фінансовою діяльністю, яке сприяє досягненню високих темпів розвитку підприємства і підвищення конкурентоспроможності.

Дослідженням та пошуком шляхів підвищення ефективності фінансової діяльності підприємств займалися такі науковці як: М.Ю.Аверіна, Т.П. Міхневич, Є.Ф. Брігхем, Б. Коласс, Р. Брейлі, С. Майерс, А.М. Поддєрьогін, Л.Д. Буряк, Я.В. Воловець, М.В. Грідчина, О.В. Павловська та ін. Проте, думки зарубіжних науковців носять спеціалізований характер, а погляд вітчизняних – більш адаптований до нинішніх трансформацій в економіці України.

Необхідно зазначити, що спроможність підприємства досягнути успіху на ринку залежить від ефективності управління його фінансовими ресурсами.

Фінансова діяльність, як складова господарської діяльності, спрямована на забезпечення планомірного надходження і витрати грошових ресурсів, виконання розрахункової дисципліни, досягнення раціонального співвідношення власного і позикового капіталу й ефективного його використання [2].

Вона зумовлює зміни як величини, так і складу власного та залученого капіталів підприємства вона спрямована на вирішення таких основних завдань, як:

- забезпечення фінансовими ресурсами поточної операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства;
- пошук резервів збільшення доходів і рентабельності підприємства;
- забезпечення виконання фінансових зобов'язань перед діловими партнерами, бюджетом і цільовими фондами;
- фінансове забезпечення виробничого розвитку підприємства;
- контроль за розподілом і цільовим використанням фінансових ресурсів;
- складання прогнозів на майбутнє;
- організація роботи фінансової служби[3].

Ми погоджуємося з думкою Міхневича Т.П., який підкреслює, що основною проблемою ефективного управління фінансами підприємства є оптимальне розміщення капіталу підприємства. Адже від того які асигнування вкладені в основні та обігові кошти, скільки їх перебуває у сфері виробництва і в сфері обігу (в грошовій та матеріальній формі), значною мірою залежать результати виробничо-фінансової діяльності й, відповідно, вся фінансова стійкість підприємства.

Також слід зазначити, що одним з основних показників, що показує ефективність діяльності підприємства за певний період часу є рентабельність. Тому варто особливу увагу приділяти розрахунку резервів її підвищення: збільшенню прибутку, обсягу реалізації, зменшенню собівартості тощо.

Для підвищення ефективності фінансової діяльності підприємства необхідно здійснити такі заходи:

- забезпечити збалансоване управління ліквідністю, доходністю та ризиком, враховуючи, що чим вище частка високоліквідних активів в балансі, тим вища доходність суб'єкта господарювання і менший ризик втрати платоспроможності;
- забезпечити розрахунок резервів підвищення рентабельності;

• здійснювати комплекс заходів з поліпшення збуту продукції, підвищення конкурентоспроможності підприємства щодо асортименту, цін та якості пропонованої продукції;

• забезпечити ефективне управління капіталом;

• здійснювати управлінські рішення і дії, які повинні бути засновані на точних розрахунках, глибокому й всебічному економічному аналізі, бути науково обґрунтованими, мотивованими, оптимальними;

• виробляти стратегію й тактику розвитку підприємства, складала плани й приймати зважені управлінські рішення, здійснювати контроль за їхнім виконанням;

• оцінювати результати діяльності підприємства [1].

Для більш ефективного управління фінансовою діяльністю підприємства необхідно перш за все враховувати специфіку сфери, в якій воно веде діяльність, приділяти особливу увагу дослідженню ринку, проводити періодичний аналіз та комплексну оцінку фінансового стану підприємства для виявлення недоліків та слабких місць в його діяльності та негайного їх виправлення.

Список використаної літератури:

1. Аверіна М.Ю. Аналіз та оцінка фінансового стану підприємства: шляхи покращення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konfer29/420.pdf>

2. Левицька С.О. Організація фінансової діяльності підприємства як об'єкта бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://esj.oa.edu.ua/articles/2013/n23/67.pdf>

3. Міхневич Т. П. Шляхи підвищення ефективності фінансової діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/14_ENXXI_2012/Economics/7_110613.doc.html.

Науковий керівник: завідувач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту,
д. е. н., професор Яценко О.В.

Т. В. Сеґеда

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКИХ ІННОВАЦІЙ

Оцінка організаційно-управлінських інновацій складається з визначення соціально-економічної ефективності управління бізнесом і вивчення основних передових досягнень і тенденцій розвитку бізнесу. Визначення соціально-економічної ефективності управлінських рішень є дуже складною і серйозною актуально науковою проблемою, труднощі в рішенні якої диктуються самою сутністю процесів управління, що відбуваються в рамках будь-якої організації.

Дослідженням питань про ефективність управлінських рішень та організаційно-управлінських інновацій займалися А.Н. Асаул, Б. М. Карпов, В. Б. Перевязкін, М. К. Старовойтов. [1]

У книзі «Теорія і практика прийняття рішень по виходу організацій з кризи» А.Н. Асаул, І.П. Князь, Ю.В. Коротаєва, відзначали, що необхідним елементом (і параметром) процесу прийняття управлінських рішень є оцінка тих дій, які робляться на його різних етапах. На етапі постановки задачі прийняття рішень - це оцінка кордонів, масштабів і рівня поширення проблеми і проблемної ситуації, на етапі рішення - оцінка різних варіантів, пропонованих фахівцями, на етапі прийняття рішення - оцінка очікуваних наслідків його реалізації. Для цієї мети використовуються критерії. [2]

Найбільш повно система критеріїв оцінки рішень розроблена для структурованих проблем, що дозволяють застосовувати економіко-математичні методи. З їх допомогою визначаються кращі рішення, наприклад, за такими параметрами, як терміни окупності капіталовкладень, приріст доходів або прибутку, мінімізація поточних витрат або

максимізація продуктивності праці. Нерідко в якості критерію вибору рішення застосовується фактор часу, особливо важливий в умовах перехідного періоду, для якого характерна нестійкість стану економіки і суспільства в цілому.

Якість управлінського рішення - це сукупність параметрів рішення, що задовольняють конкретного споживача, і система заходів щодо їх реалізації.

Для підвищення якості управлінських рішень, як правило, створюється експертна група. У неї доцільно включати економістів відділів оплати праці та управління персоналом, соціологів, діловода, юриста, референта, керівника організації і інших фахівців.

Експертна група виконує наступні види процедур:

– перевіряє відповідність підготовленого рішення правилам і вимогам, що пред'являються до складання розпорядчих документів;

– проводить експертну оцінку необхідності даного рішення і окремих завдань, включених до його складу;

– перевіряє фінансові, кадрові, ресурсні, матеріальні та інші можливості реалізації як усього рішення в цілому, так і окремих його завдань.

Для підвищення якості управлінських рішень рекомендується аналізувати їх на основі класифікації за такими ознаками:

– стадія життєвого циклу організації;

– підсистема менеджменту (цільова, яка забезпечує і ін.);

– сфера дії (технічні, економічні рішення та інші);

– ранг управління (верхній, середній, нижчий);

– за масштабністю приймають комплексні і приватні рішення; [3]

До параметрів якості управлінського рішення відносяться:

– показник кількісної невизначеності проблеми (ентропії).

– ступінь ризику вкладення інвестицій;

– ймовірність реалізації рішення за показниками якості, витрат і термінів;

– ступінь адекватності теоретичної моделі фактичним даним, на підставі яких вона була розроблена.

В даний час можна виділити наступні шість основних методів вимірювання ефективності управлінських рішень:

– метод порівняння фактичних витрат / результату з нормативними;

– індексний метод;

– методи оцінки інвестицій;

– методи обліку ризиків;

– метод обліку конкурентостійкості. [4]

Виконати перераховані умови підвищення якості та ефективності управлінського рішення досить важко і дорого. Разом з тим, конкуренція об'єктивно змушує кожного інвестора підвищувати якість і ефективність управлінського рішення. Тому в даний час спостерігається тенденція збільшення кількості враховуються умов підвищення якості та ефективності рішень на основі автоматизації системи менеджменту.

Список використаної літератури:

1. Модернизация экономики на основе технологических инноваций СПб: АНО ИПЭВ, 2008. - 606 с.
2. Асаул, А.М. Теория і практика прийняття рішень по виходу організацій з кризи / О.М. Асаул, І.П. Князь, Ю.В. Коротаєва; під ред. засл. будує. РФ, д-ра екон. наук, проф. А.Н. Осавула. СПб.: АНО ІПЕВ. - 2007. - С.224.

Науковий керівник: доцент кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту, к.е.н.,
доцент Уманська В.Г.

ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: ОСНОВНІ ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ

Потенціал підприємства це засоби, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані для досягнення певної мети або розв'язання певної задачі [1].

Формування потенціалу підприємства є складним динамічним процесом, орієнтованим на максимальну взаємодію із зовнішнім середовищем і забезпечення високої якості реалізації, у зв'язку з цим важливо визначити, які саме фактори обумовлюють розвиток його елементів і впливають на їхню збалансованість і ефективність використання.

В основі побудови системи факторів формування та розвитку потенціалу підприємства повинен лежати принцип сфери впливу на елементи потенціалу, відповідно до якого усі фактори можна класифікувати на зовнішні і внутрішні відносно формування та розвитку потенціалу.

До зовнішніх факторів відносяться економічні, соціальні, політичні, юридичні умови, вплив яких визначається обмежувальними або стимулюючими заходами з боку різних державних органів, банків, інвестиційних компаній, суспільних груп, політичних сил тощо. Такими заходами, як правило, виступають податкові, процентні ставки, законодавчі, суспільні норми, тиск політичних сил тощо.

Одним з важливих зовнішніх факторів є ринкові умови на вході із системи, тобто це умови конкуренції на ринках ресурсів. А на виході із системи це умови конкуренції безпосередньо в галузі.

Перший фактор пов'язаний з вартістю забезпечення кожного елемента потенціалу ресурсами, яка є альтернативною вартістю цих ресурсів, тобто цінністю тих альтернативних можливостей, від яких довелося відмовитися через спрямування ресурсів в той, а не інший елемент потенціалу з метою максимального досягнення цілей.

Потенціал підприємства повинен відповідати необхідним конкурентним властивостям продукції, а саме ціні, якості, технічним характеристикам, сервісу, гарантіям. Ці умови є необхідними для завоювання міцних ринкових позицій, що характеризує другий фактор [2].

При умовах посилення конкуренції підприємство має сфокусувати свої зусилля на максимальній реалізації наявного потенціалу, а також на створенні нового за рахунок своєчасного виявлення слабких позицій конкурентів. Інновації з боку конкурентів вимагають, як правило, адекватного реагування шляхом створення та реалізації нових можливостей.

До внутрішніх факторів відноситься, насамперед, стратегія підприємства, для реалізації якої формується потенціал, досвід і навички менеджерів, необхідні для реалізації намічених планів, принципи організації та ведення бізнесу, якими керуються на підприємстві, моральні цінності й амбіції керівників, а також загальноприйняті в рамках підприємства цінності та культура [3].

Рішення щодо формування потенціалу орієнтовані на майбутнє і тому базуються на попередніх умовах розвитку релевантних факторів, тобто певних передумовах.

Особливе значення мають передумови, які визначаються потребами клієнтів і впливають на якість "виходу", пріоритет якого в процесі формування потенціалу був визначений вище. Крім того, дуже важливі передумови, пов'язані з конкурентами, тому що ресурсний потенціал підприємства втрачає свою цінність саме під їх тиском. Також повинні бути враховані і внутрішні передумови, пов'язані з загальноприйнятими настановами всередині підприємства.

Ефективне використання потенціалу підприємства означає можливість для підприємства одночасно і раціонально використовувати всі наявні ресурси для досягнення високих кінцевих результатів і задоволення потреб замовника в якісній продукції.

Матеріальною основою економічного потенціалу є фінансові ресурси, відбиті в балансі підприємства, а величина потенціалу - це результат їхніх сукупних зусиль, виражений потенційним прибутком, що залишається в розпорядженні підприємства. Поетапно-

структурний підхід до формування величини економічного потенціалу припускає виділення проміжних рівнів узагальнення потенційних можливостей підприємства.

Нижнім рівнем є виробничий потенціал, що представляє здатність виробничої системи робити матеріальні блага, використовуючи ресурси виробництва.

Сполучною ланкою є господарський потенціал, тобто сукупна здатність виробничого потенціалу підприємства і рівня його ділової активності в умовах існуючого маркетингового середовища задовольняти потреби ринку у визначеному обсязі матеріальних благ і послуг [1].

Отже для підприємства велике значення має визначення напрямів практичного використання поняття й оцінки економічного потенціалу в реальній діяльності.

Список використаної літератури:

1. Федонін О. С. Рєпіна І. М. Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — К.: КНЕУ, 2005.
2. Касьянова Н.В., Солоха Д.В., Морєва В.В., Белякова О.В., Балакай О.Б. : Потенціал підприємства : формування та використання : Підручник. - Донецьк.: Цифрова типографія, 2012.- 257 с.
3. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посіб. / Н.С. Краснокутська. - К: ЦНЛ, 2005. - 352 с.

Науковий керівник: завідувач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту,
д. е. н., професор Яценко О.В.

О. А. Тимошенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СУЧАСНІ ОРІЄНТИРИ МІЖРЕГІОНАЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ УКРАЇНИ

У сучасних умовах розвиток національної економіки України та підвищення добробуту населення суттєво залежать від участі країни у інтеграційних процесах, вибору стратегічних партнерів у міжнародній торгівлі й розширення регіональної торговельної діяльності. Негативні наслідки фінансово-економічної кризи та конфлікту на Донбасі значно послабили позиції України на світовому ринку. Україна зацікавлена в сприятливому торговельному середовищі, яке б давало вільний доступ до зовнішніх ринків і забезпечувало постійні торговельні потоки. Членство у Світовій організації торгівлі зробило значний внесок у досягнення цієї мети, забезпечивши певний баланс та прозорість торговельної політики України [1]. Впродовж останніх 5 років ринок Європейського Союзу став більш доступний для українського товаровиробника завдяки Угоді про асоціацію між Україною та ЄС.

Згідно даних Держкомстату, з кожним роком Україна імпортує все більшу кількість товарів. Попри те, що в останні роки експорт мав зростаючу тенденцію, торговельне сальдо все ще залишається від'ємним, що негативно впливає на більшість основних економічних показників. Протягом 2017-2018 років вперше за останній період обсяг експорту українських товарів і послуг почав зростати. За цей час експорт товарів збільшився на 20,9 %, порівняно з відповідним періодом 2016 року, що можна спостерігати на рис. 1.

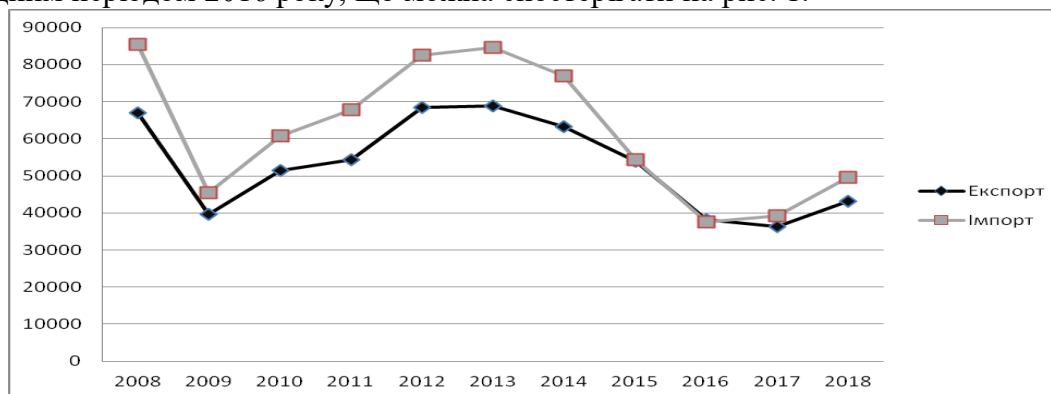


Рис.1. Обсяги експорту та імпорту України за 2008-2018рр.(млн дол.)

Джерело: побудовано автором за [5]

Дані рисунку 1 засвідчують спадаючу тенденцію динаміки торговельних показників України в роки економічної кризи та початку нестабільної політичної ситуації.

Особливістю світових торговельних взаємозв'язків України є те, що впродовж всього періоду незалежності останні змінювалися залежно від зовнішньоекономічної політики. Сучасні торговельні інтереси України відрізняються від тих, які були визнані основними ще 10 років тому. Наприклад, регіоном, обсяги торгівлі з яким за останнє десятиріччя зменшилися, були країни СНД, насамперед за рахунок Російської Федерації. Використання Росією торговельно-економічного тиску зумовило суттєве скорочення торгівлі України з цією країною за всіма напрямками, починаючи з 2013 року. Експорт вітчизняних товарів до Росії скоротився на третину, а імпорт на чверть. Це можна спостерігати на рис. 2-3.

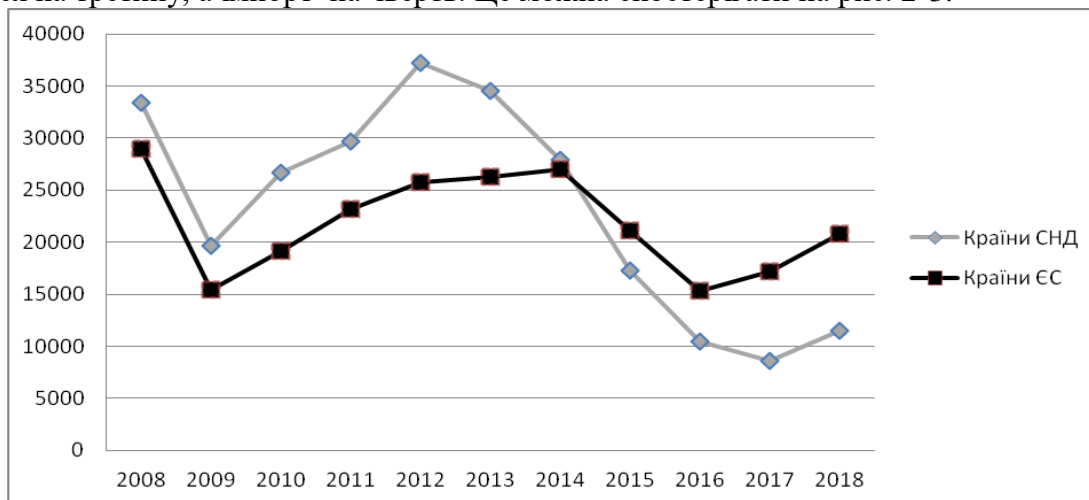


Рис. 2. Обсяги імпорту України до країн ЄС та СНД за за 2008-2018рр.(млн дол.)
Джерело: побудовано автором за [5]

У порівнянні з попередніми роками, кількість торгових партнерів України зменшилася. Так, 2017 року з-поміж них зникли Ліхтенштейн, Мальдіви, Нікарагуа і Ямайка. Проте додалися Гаїті, Багамські і Сейшельські острови [2].

Експорт до Канади становив 36,9 млн дол. США, збільшившись відносно 2017 року на 61,5%. Європейський регіон став основним торговим партнером: торгівля з ЄС становить 40,2 % загального обсягу експорту. 2017 року Україна вперше отримала контракт за тендером GPA – міжнародних публічних закупівель [3]. Також, експортери почали цікавитися ринками, які є перспективними з точки зору збільшення обсягів виробництва. Так, зростання експорту до Туреччини становило 18,7%, Індії – 31,7%, Китаю – 1,4%, ОАЕ – 37,3%.

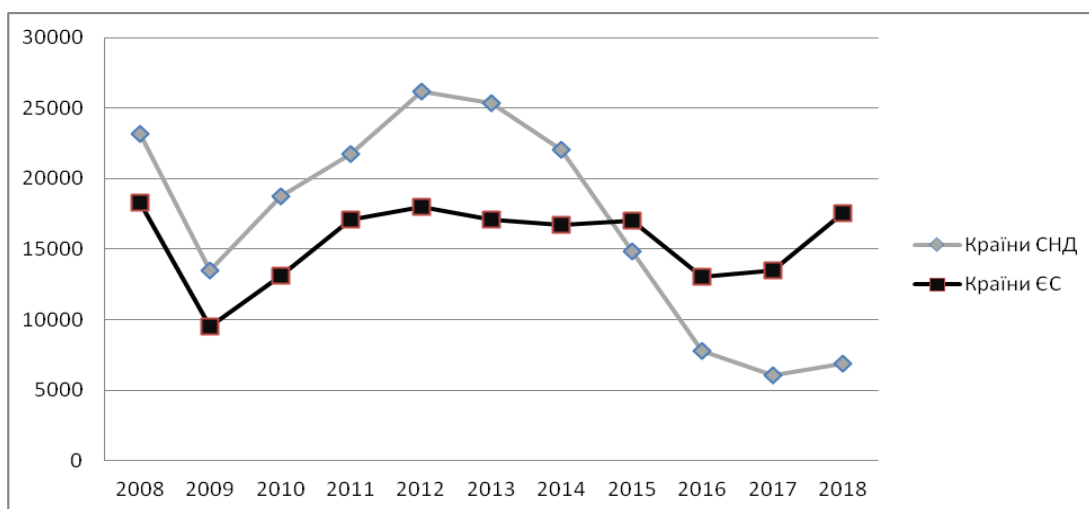


Рис.3. Обсяги експорту України до країн ЄС та СНД за 2008-2018рр.(млн дол.)
Джерело: побудовано автором за [5]

Як і раніше, активно Україна завозить товари з Китаю (на суму у 4,54 млрд дол.), Німеччини (4,51 млрд дол.), Польщі і Білорусі (2,7 млрд дол.). Як повідомляє НБУ, імпорт з країн Євросоюзу 2017 року зріс на 25%, з країн Азії, за винятком Росії – на 20%.

У 2018 р. традиційно найбільший дохід Україна отримала від експорту металів (8,1 млрд дол.), сільськогосподарських культур (7,5 млрд дол.), жирів (3,9 млрд дол.), продукції машинобудування (3,4 млрд дол.) і харчових продуктів (2,3 млрд дол.). Але, 2018 року українські виробники значно більше почали постачати за кордон олова – на 64%, цинку – на 60% і міді – на 58%.

Серед товарів, що експортуються зростає частка такого виду продукції галузі машинобудування, як залізничні локомотиви – експорт яких, збільшився на 85%, такі ж тенденції має експорт засобів наземного транспорту і продукція хімічної промисловості. Експорт мінерального пального зріс на 56%, експорт пороху і вибухових речовин – на 35%. Збільшилися обсяги експорту натурального і штучного хутра, м'яса, меду, круп і борошна [4].

За винятком Росії, найбільші потоки українських товарів надходять до Польщі (на суму 2,22 млрд дол.), Туреччини (на 2 млрд дол.) і Італії (на 1,9 млрд дол.). Найбільше цього року Україну збагатили торгівля з Єгиптом та Індією.

Українська сільгосппродукція і харчові продукти експортуються на всі континенти. Зокрема, минулого року українське борошно відправлялося до Ізраїлю і Палестини, Молдови і Індонезії, Азербайджану, Сьєрра-Леоне, Анголи, Беніну, Камбоджі, Руанди, Нігерії, Лівії, Іраку та інших країн. Водночас більш ніж 50% українського експортного борошна поставлялося до Північної Кореї [4].

На нашу думку, основним напрямом зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на світових ринках є виокремлення пріоритетів зовнішньоторговельної діяльності. Аналіз структури зовнішньої торгівлі України засвідчує, що основними групами товарів українського експорту є продукції агропромислового та металургійного комплексу, а також харчова промисловість.

Зауважимо, що незважаючи на низку перепон у торговельних відносинах між Україною та Європейським Союзом, з точки зору експорту, ринки ЄС є найпривабливішими. По-перше, ці ринки є найбільшими ринками країн-сусідів України. По-друге, вимоги до товарів з точки зору якості та технологічності на цих ринках досить високі. Отже, зростання частки експорту на цих ринках означатиме забезпечення високих стандартів попиту, що потребуватиме вдосконалення технологічної та виробничої бази економіки, пошуку механізмів її інноваційного розвитку.

Попри те, що Україна продовжує активно створювати нові торговельно-економічні зв'язки, експорт країни значно перевищує імпорт. А тому, економіка країни потребує вдалої торговельно-економічної політики для розвитку і покращення національного товаровиробника і виходу його на нові ринки як імпортера.

Список використаної літератури:

1. Три роки членства у СОТ: тенденції зовнішньої торгівлі України у посткризовий період. – К. : НІСД, 2011. – 72 с.
2. Економічні зв'язки України в Європі: з ким ми співпрацюємо найбільше [Електронний ресурс] // Слово і діло. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.slovoidilo.ua>. https://bank.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=65162
3. Місяць Т. В. Торгівля України та ЄС під час і після світової кризи / Т. В. Місяць // Економіка і прогнозування. – 2010. – № 3. – С. 49–60.
4. Український експорт: найпопулярніші і найнесподіваніші товари сьогодні [Електронний ресурс] // Сьогодні. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://ukr.segodnya.ua>.
5. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Статистична інформація Національного банку України [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua>.

Науковий керівник: завідувач кафедри моделювання економіки та бізнесу, д.е.н., доцент Кібальник Л. О.

МЕТОДИ ЗНИЖЕННЯ БАНКІВСЬКОГО РИЗИКУ

Банківська сфера характеризується вищим ступенем ризику в порівнянні з іншими сферами діяльності внаслідок особливості тих функцій, які виконують банки. У ході своєї діяльності кожна банківська установа взаємодіє з великою кількістю партнерів, клієнтів, контрагентами, фінансовий стан яких безпосередньо позначається на середовищі самого банку. Банківська діяльність є досить розгалуженою. Для отримання додаткових фінансових ресурсів банки залучають у вклади грошові кошти фізичних та юридичних осіб, які потім розміщують від свого імені, на власних умовах та на власний ризик; відкривають та ведуть банківські рахунки своїх клієнтів; здійснюють емісію та продаж цінних паперів, надають фінансові послуги та пропонують багато інших банківських продуктів.

При здійсненні банківської операції чи наданні послуги одночасно можуть виникати декілька категорій ризику. Це зумовлено тим, що банки одночасно здійснюють як активні так і пасивні операції, які можуть призвести до виникнення додаткових ризиків.

Актуальність теми полягає в тому, що на сучасному етапі банківська сфера стрімко розвивається. На даний момент банки пропонують широкий спектр банківських продуктів та послуг, а отже кожна людина так чи інакше є клієнтом певної банківської установи. Розширюючи спектр своєї банківської діяльності, банк наражає себе на виникнення все більшого числа ризиків, оскільки бере на себе ризики як власної діяльності, так і ризики своїх клієнтів. При цьому банки поєднують ризики активних операцій з видачі кредитів одночасно з пасивними операціями по залученню додаткових фінансових ресурсів своїх клієнтів на поворотній основі.

Предмет дослідження – методи зниження банківського ризику.

Об'єктом виступає сам ризик банку, який виникає в процесі його діяльності, при проведенні операцій та наданні послуг.

Мета роботи полягає в визначенні шляхів уникнення або зниження ризиків банківської установи.

Головним принципом діяльності кожного банку є отримання прибутку, який постійно зростатиме. Однак чим більший буде очікуваний прибуток, тим більшими будуть ризики.

Проаналізувавши дослідження Л. А. Бондаренка, можна сказати, що існує декілька підходів до розуміння сутності поняття «банківський ризик», а саме [1]:

- ймовірність відхилення фактичного результату від очікуваного;
- наявність загрози отримати втрати;
- ймовірність отримання одночасно як прибутку так і збитку;
- невпевненість у передбаченому результаті;
- ситуативна характеристика діяльності банку, що показує невизначеність її результату;
- діяльність банку, яка спрямована подолати невизначеність.

Отже, можна стверджувати, що банківські ризики показують невизначеність, яка пов'язана з проявом боротьби з банками-конкурентами й одночасно між іншими учасниками ринку, що впливає на рух грошових потоків та зміну обсягів фінансових ресурсів банківської установи.

Суть поняття «невизначеність», яка призводить до виникнення банківських ризиків, зумовлена лише веденням конкурентної боротьби між банками, а об'єктом прояву банківського ризику виступає сталість руху та зміна обсягу фінансових ресурсів банку [2].

Для провадження нагляду за банківськими установами Національний банк України визначив такі категорії банківського ризику: кредитний ризик, ризик ліквідності, ризик зміни процентної ставки, ринковий ризик, валютний ризик, операційно-технологічний ризик, репутаційний ризик, юридичний та стратегічний ризик. Дані категорії ризику можуть виникати одночасно для одного банківського продукту чи послуги [2].

При цьому Національний банк України для контролю та зниження можливості їх виникнення розробив нормативні показники діяльності банків, яких мають беззастережно

дотримуватися всі банківські установи, згідно «Інструкції про порядок регулювання діяльності банків в Україні». Дані показники включають нормативи капіталу, ліквідності, кредитного ризику, інвестування [3].

Окрім нормативних показників, Національний банк України вводить ліміти відкритої валютної позиції – кількісне обмеження у відсотках щоденної величини валютних позицій, а саме: загальної або довгої чи короткої валютної позиції в іноземних валютах та банківських металах [3].

Валютні ліміти допоможуть забезпечити стабільність на валютному ринку країни та зменшити на нього негативний вплив, який виникає внаслідок операцій з купівлі або продажу іноземної валюти чи банківських металів.

Паралельно банківські установи можуть самі впроваджувати певні методи для зниження банківського ризику. Прикладом може слугувати скоринг як метод зниження кредитного ризику банку.

Під скорингом розуміють математичну або статистичну модель, яка є фундаментом для визначення величини ймовірності того, що кожний окремий позичальник поверне отримані грошові кошти в зазначений термін. Модель створюють на основі кредитної історії даного позичальника, наявність якої дає можливість більш точно визначити ймовірність.

Скорингова система є досить зручною та допомагає банку оцінити кредитоспроможність його клієнтів. Використовуючи її банківська установа може підвищити швидкість прийняття рішень стосовно кредитування, що є досить ваговою позитивною якістю, та оцінити якісні показники кредитоспроможності.

Найголовнішою перевагою скорингу можна зазначити можливість знизити частоту неповернення кредиту. Окрім цього, до переваг можна віднести швидкість і об'єктивність ухвалення рішень, ефективність управління кредитним портфелем, відсутність необхідності спеціальної підготовки кадрів для його ефективного використання [4].

Отже, методи зниження банківського ризику є актуальним питанням для функціонуючих банківських установ. Національний банк України безперервно здійснює контроль за їх діяльністю та вводить різні нормативи, ліміти, коефіцієнти аби зменшити можливість виникнення ризиків в даній сфері. Одночасно з цим кожний банк зацікавлений в ефективності своєї діяльності, а головне в отриманні прибутку, застосовує різні особисті підходи до їх уникнення, такі як: скоринг, диверсифікація, дієвий контроль, підвищення кваліфікації працівників банківської установи, раціональна управлінська структура банку та ін.

Список використаної літератури:

1. Бондаренко Л. А. Ризик-менеджмент кредитної діяльності комерційного банку : автореф. дис. на здобуття наук. ступ. к.е.н.: спец. 08.00.08 «Гроші, фінанси і кредит» / Л. А. Бондаренко. – К. : КНЕУ, 2007. – 23с.
2. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків», затверджені постановою Правління Національного банку України від 15.03.2004 № 104.
3. Інструкція про порядок регулювання діяльності банків в Україні // Постанова Правління Національного банку України від 28 серпня 2001 року №368 (Із змінами і доповненнями, внесеними постановами Правління Національного банку України станом від 25.02.2019 року №43)
4. Бучко І. Є. Скоринг як метод зниження кредитного ризику банку / І. Є. Бучко // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. - 2013. - № 2. - С. 178-182.

Науковий керівник: доцент кафедри моделювання економіки і бізнесу, к.т.н., доцент
Гадецька З. М.

Т. М. Чупилка

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СТАН ТОРГІВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН УКРАЇНИ З ЄС

Зовнішньоторговельна діяльність є важливою складовою товарного обігу, зовнішньоекономічної діяльності, економічної та зовнішньої безпеки держави. Основним напрямом ведення Україною зовнішньоекономічної діяльності є її розвиток та покращення

торговельних відносин з країнами ЄС. Для товаровиробників відкриття доступу до зовнішніх ринків ЄС зможе компенсувати негативні риси стрімкого падіння купівельної спроможності населення всередині країни, а в подальшому розширення українського експорту товарів на ринок західної Європи може стати одним із передових критеріїв швидкого підвищення ВВП у нашій державі [1].

Вагомим кроком на шляху подальшої інтеграції України до ЄС стало впровадження з 1 січня 2016 р. зони вільної торгівлі з ЄС. Проте, експерти зазначають, що перші результати функціонування всеосяжної зони вільної торгівлі з ЄС для України виявились неоднозначними. З одного боку, вага та роль ЄС як одного із головних зовнішньоторговельних партнерів України значно посилилась. З іншого боку – окреслились низькі можливості диверсифікації національного експорту на ринках країн Євросоюзу. Так, за 2018 рік обсяги торгівлі України з європейськими країнами склали 44,446 млрд доларів, що на 12% більше, ніж у 2017 році (39,569 млрд доларів).

В свою чергу, експорт товарів з України в країни ЄС за 2018 рік зріс на 15%, до 20,153 млрд. доларів, імпорт – на 10%, до 24,294 млрд доларів. Від'ємне сальдо за 2018 рік зменшилося і становить 4,140 млрд доларів (у 2017 році – 4,601 млрд. доларів). Крім того, частка у зовнішній торгівлі України країн ЄС у 2018 році склала 42,6% (у 2017 році – також 42,6%) [2].

Таким чином, вже відчутні перші результати дії режиму вільної торгівлі України з ЄС. Дані основних макроекономічних показників свідчать про позитивну динаміку європейського напрямку зовнішньої торгівлі України. Частка країн ЄС в структурі українського експорту продовжила зростати й сягнула 42%, що робить ринок ЄС одним із основних споживачів українських товарів.

Серед найбільших імпортерів товарів були Німеччина (18,7% від загального імпорту), Нідерланди (14,8%) та Великобританія (13,5%). Варто зазначити, що на протязі останніх 3-х років залишається незмінним переважання у структурі українського товарного експорту сировини та продукції низькоступеневої обробки. Головними категоріями українського сировинного експорту у 2018 році були: чорні метали – 22% від загального експорту, зернові культури – 14%, олії рослинні – 9% [2].

Проте питома вага продукції з високим вмістом доданої вартості в експорті України залишається ще досить низькою. Отже, на базі проведеного аналізу можна побачити що, торговельно-економічні зв'язки та між Україною та ЄС свідчать про неналежне використання в них наявного потенціалу. Поряд з цим існують інші важливі проблеми, що сповільнюють розвиток цих партнерських відносин. Актуальні вони стали після того, як відбулось розширення членства в Європейському союзі, що поширив єдиний режим торгівлі на всіх нових його членів. В свою чергу, це породжує нові запитання які слід розглянути найближчим часом, зокрема це підняття торговельно-економічних відносин України і ЄС на новий вищий рівень. Найбільшою загрозою ще досі залишається неналежний рівень технологічності експорту. Більшу частку все ще займають сировинні товари. Звідси виникає нестабільність експорту, адже ринки сировини ще досить нестабільні за цінами. Саме тому як наслідок виникає потенційно легша заміна їх на продукцію третіх країн [3].

Загалом, економічна інтеграція може надати значний стимул для розвитку продуктивних сил та модифікації виробничих відносин всередині нашої країни. Однак слід чітко пам'ятати, що інтеграція не в змозі замінити здорову економічну політику держави, спрямовану на розбудову внутрішнього ринку та накопичення внутрішніх заощаджень, а також підвищення рівня національної конкурентоспроможності та активізацію інвестиційно-інноваційної діяльності і впровадження ефективних національних компаній. Таким чином, слід продовжувати активно розвивати зв'язки з ЄС та підтримувати національних товаровиробників, вводити різноманітні засоби стимулювання активного експорту української продукції на ринки країн ЄС.

Список використаної літератури:

1. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://me.kmu.gov.ua/>.
2. Стан зовнішньоекономічних відносин із країнами Європейського Союзу у 2018 році. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Економічна безпека України в умовах гібридної агресії: аналіт. доп. / Я.Б. Базиліук, С.В. Давиденко, Д.Ю. Венцовський та ін. – К.: НІСД, 2017. – 84с. – (Сер. «Економіка», вип. 25).

Науковий керівник: старший викладач кафедри економіки та міжнародних економічних відносин, к.е.н. Денисенко В. О.

А. Ю. Шматко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ КРАЇН ЄС ЗА ДОПОМОГОЮ МІНІМАЛЬНИХ ОСТІВНИХ ДЕРЕВ

На сьогоднішній день торгівля між країнами є невід’ємною частиною міжнародних економічних відносин. У країн, які мають суттєві надходження від зовнішньої торгівлі формуються умови для наповнення державного бюджету і, як наслідок, можливості для підвищення темпів економічного зростання.

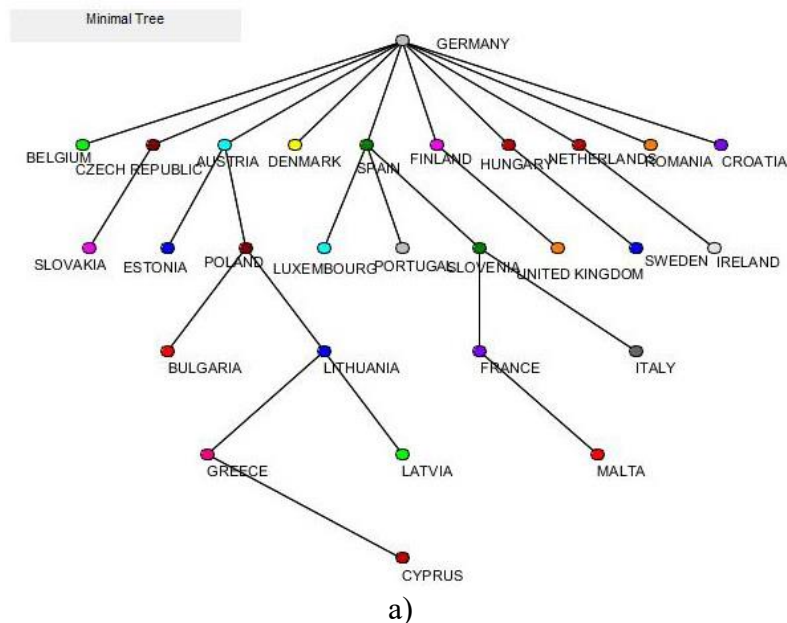
Метою цього дослідження є застосування методу мінімальних остівних дерев для визначення найпотужніших експортерів та імпортерів серед країн ЄС за інтенсивністю торгівельних відносин.

Застосуванням методів кластеризації при дослідженні соціально-економічних процесів займалися такі вчені: М. С. Безруков, Ю. Ю. Гусєва, А. В. Коваленко, О. М. Ляшенко та інші.

За допомогою теорії мінімальних остівних дерев охарактеризуємо динаміку експорту та імпорту між країнами ЄС, визначимо подібність, чи відмінність динаміки їх показників. Виявимо серед них лідерів та аутсайдерів за рівнем розвитку торговельної діяльності.

Якщо на дереві дві довільні країни з’єднані ребрами, то це означає, що між ними існують тісні економічні зв’язки, причому коли деяка вершина має велику кількість зв’язків, то вона є свого роду концентратором і має важливий економічний вплив на приєднані до неї країни [1].

Використовуючи статистичні дані Eurostat [2] та програмний продукт MATLABнами було побудовано мінімальне остівне дерево країн ЄС за обсягами експорту та імпорту з січня 2014 року по вересень 2018 року.



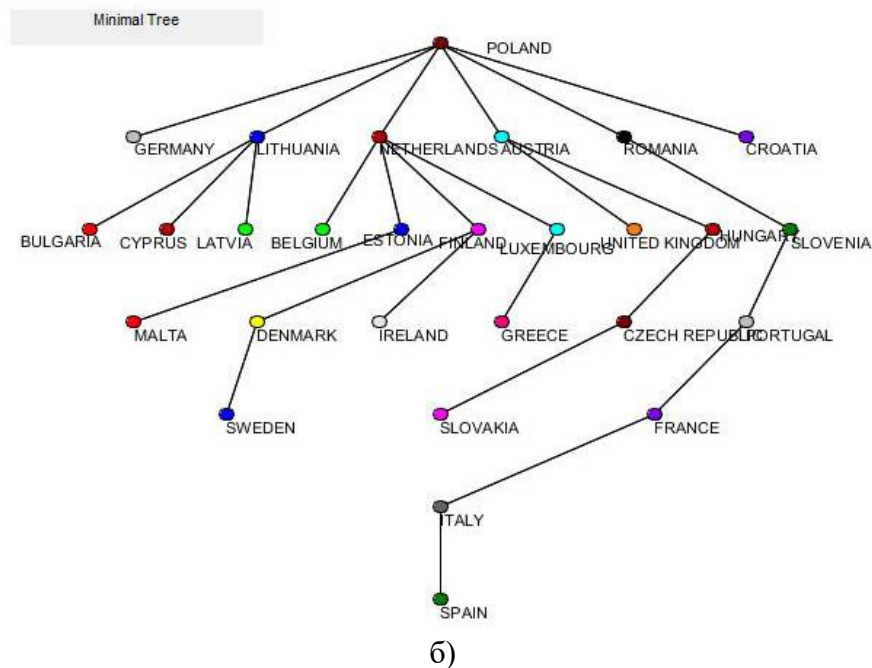


Рис. 1. Мінімальне остівне дерево динаміки а) експорту та б) імпорту країн ЄС за період з січня 2014 року по вересень 2018 року
Джерело: розроблено автором за [2]

Цей рисунок засвідчує, що найбільш динамічною країною за обсягами експорту є Німеччина, яка має велику кількість зв'язків з іншими країнами, такими як Бельгія, Данія та ін. Найбільш подібну динаміку експорту до Німеччини мають країни, які знаходяться на нижчому рівні (Греція, Австрія, Данія, Угорщина та ін.). До країн середнього рівня за обсягами експорту варто віднести Естонію, Польщу, Швецію та ін., групу країн з низьким рівнем формують Кіпр, Греція, Латвія, Мальта. Що ж до імпорту, то тут лідером є Польща, схожі до неї – Німеччина, Австрія, Румунія та ін. Іспанія та Італія знаходяться на нижчому рівні відносно інших країн.

Таким чином, за допомогою побудови мінімального остівного дерева можна візуалізувати дані показників експорту та імпорту, визначити які країни взаємодіють між собою, утворюючи певні групи і встановити, яка із них є лідером. Як наслідок, можна охарактеризувати структуру зв'язків досліджуваного ринку, сформувати мережу країн з мінімальною вагою ребер такого дерева.

Під час побудови мінімального остівного дерева за обсягами експорту та імпорту країн ЄС за період з січня 2014 року по вересень 2018 року нами було визначено лідера за обсягами експорту (Німеччина) та імпорту (Польща), країни з середнім рівнем експорту (Естонія, Польща, Швеція, Люксембург та ін.) та імпорту (Болгарія, Угорщина, Мальта, Бельгія, Латвія та ін.), країни з найнижчою динамікою експорту (Кіпр, Греція, Мальта, Латвія) та імпорту (Іспанія, Італія).

Список використаної літератури:

1. Соловйова В. В. Аналіз та моделювання динаміки фондового ринку України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. ек. наук : спец. 08.03.02 «Економіко-математичне моделювання» /Соловйова В. В. – Київ, 2006. – с. 12
2. Головна сторінка Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ec.europa.eu/eurostat/>

Науковий керівник: завідувач кафедри моделювання економіки та бізнесу, д.е.н.,
доцент Кібальник Л. О.

ТУРИЗМ І ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННА СПРАВА

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ТУРИЗМА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ ГОСУДАРСТВА

Резюме. В данной статье автор рассматривает роль и значение туризма в экономике государства. В статье освещаются вопросы взаимодействия индустрии туризма на экономику страны, взаимодействия ее с различными сферами экономики, а также формирования туристской деятельности.

Ключевые слова: туризм, экономика, туристская индустрия, туристский продукт

На сегодняшний день туризм является одной из самых важных отраслей экономики. Учитывая постоянный прогресс туризма и вовлечение в него все большего количества людей, туризм становится неустанным фактором, влияющим на экономику страны. Туризм, будучи многоотраслевым комплексом, имеет ряд характерных особенностей. Ключевой особенностью туризма является его принадлежность к нематериальной сфере экономики. В настоящее время, туризм служит интересам общества и является важнейшим фактором развития экономики, как на микро, так и на макро уровнях. Туризм — многогранно развитая отрасль хозяйства, являющаяся одной из главных составляющих дохода в некоторых странах, влияющая на развитие экономики и мирового сотрудничества.

Если подойти к определению туризма с экономической точки зрения, то его можно представить как потребление туристами материальных и нематериальных благ, которые удовлетворяют потребности туриста. Однако основной ценностью для туриста являются впечатления, которые выражаются в степени удовлетворенности туриста от поездки.

Мировой опыт показывает, что в развитых регионах около 30% доходов государства связано с развитием туризма. Туризм как социальная сфера связан с развитием сферы услуг. Вообще, широкое развитие туризма началось в XX веке и связано оно, прежде всего, с развитием международных путешествий.

В подавляющем большинстве стран туризм является ключевым фактором, влияющим на формирование внутреннего валового продукта. Важное значение туризма заключается в том, что он также способствует и социальному развитию государства. Это проявляется в создании новых рабочих мест, развитии инфраструктуры, повышении уровня образования. Туризм является катализатором социально-экономического развития страны. Данные по развитию туризма в мире свидетельствуют о том, что туризм является самой динамично развивающейся отраслью экономики. Прогнозы по развитию туризма, так же предполагают неизменный рост роли туризма в экономике стран. По прогнозам Всемирной туристской организации, число туристских прибытий к 2020 г. составит 1,6 млрд. человек, мировые доходы от туризма в 2020 г. возрастут до 2 трлн. долл. [1, с. 88].

В настоящее время туризм — сложный комплекс взаимосвязанных видов различной деятельности, объединенных одной общей целью — удовлетворением туриста. Развитие туризма приводит к всестороннему развитию входящих в него видов хозяйственной деятельности, которые отражаются на социально-экономическом состоянии государства. К примеру, дорога, которая была построена с целью освоения территорий для привлечения туристов, используется во благо и местными жителями.

Туризм является одним из важнейших источников доходов. Доходы от туризма имеют как прямой, так и косвенный характер. К прямым доходам относятся денежные средства, оставленные туристами во время своего путешествия в стране пребывания. Как правило, прямые доходы способствуют притоку иностранной валюты в страну, что положительно сказывается на торговом балансе страны. Косвенные доходы — доходы от налоговых поступлений или от отраслей, развитие которых произошло в результате туризма.

Туризм помимо экономического, оказывает еще и социальное влияние. Так, для приема туристов, в первую очередь, необходима инфраструктура. Под туристской инфраструктурой, прежде всего, понимается наличие транспорта, мест размещения и питания, а так же предприятий, оказывающих дополнительные услуги. Создание новых мест размещения,

развитие транспорта, строительство новых аэропортов и вокзалов создает новые рабочие места. Таким образом, решается несколько задач:

- обеспечение занятости населения;
- развитие мелкого и среднего бизнеса;
- увеличение налоговых поступлений в бюджет.

Также нельзя недооценивать влияние туризма на уровень культуры и образования страны. Приток иностранных туристов приводит к интеграции страны на общемировой рынок. Это в свою очередь сказывается на привлечении новых инвесторов в страну. Ярким примером можно назвать появление мировых гостиничных брендов на основе договора франчайзинга. Местные кадры обучаются на основе мировых стандартов, имеют возможность стажировки за границей для получения мирового опыта. Таким образом, приведенный пример, является одним из ярких свидетельств положительного влияния туризма на социальный аспект [2].

Туризм неуклонно демонстрирует свой рост в экономике стран мира. Учитывая, что туризм, будучи частью сферы услуг, быстро реагирует на любые изменения окружающей среды. Эти изменения могут быть отнесены как среде внутри государства, так и за его пределами. Чувствительность туризма к любым изменениям свидетельствует о его гибкости. Туризм, в отличие от тяжелой промышленности, не является трудоемкой и капиталоемкой отраслью, позволяет легко и без больших затрат адаптироваться под изменения окружающей среды.

Однако, говоря о влиянии туризма на экономику страны необходимо учитывать, что это влияние в разных странах проявляется по-разному. Прежде всего, влияние туризма на экономику страны зависит от роли туризма в государственной политике страны. Таким образом, в странах, где туризм не является приоритетным направлением, влияние на экономику страны будет меньшим, нежели в стране, где туризм занимает первое место среди приоритетных отраслей [3].

Туризм в современном мире является одним из самых приоритетных направлений развития. С развитием сферы сервиса и услуг, возрастает роль и влияние туризма в мире. Туризм становится одной из важнейших отраслей экономики, наряду с традиционными производственными отраслями. Таким образом, туризм как экономическое явление, позволяет с одной стороны, увеличить валютные поступления в страну, с другой страны — стимулирует развитие социальное развитие государства и общества. Будучи многоотраслевым комплексом, туризм также является катализатором для развития и смежных с ним отраслей. Помимо социально-экономических аспектов, туризм является способом создания благоприятного имиджа страны во всем мире. Положительный имидж государства способствует развитию внешнеэкономических и торговых связей, что положительно сказывается на экономических показателях государства.

Литература:

1. Морозов М.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов. — М.: Издательский центр «Академия», 2009. — 288 с.
2. Балабанов И.Т. Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие. Экономические основы туристской деятельности — М.: Финансы и статистика, 2003. — 176 с.
3. Скороходов А.В. Международный туризм: учеб. пособие. — М.: Инфа-М, 2007. — 321 с.

Научный руководитель: заведующая кафедры «Маркетинг», доцент Годжаева Эльмира М.

Алиева Азиза Исбендияр кызы
Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента

РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО СЕКТОРА АЗЕРБАЙДЖАНА

Резюме. В статье, автором, отмечается, что туристский регион развивается неравномерно, что подразумевает появление в разное время тех, или иных элементов системы туризма: сначала средств размещения, питания, затем развлекательных предприятий, далее предприятий, предлагающих сувенирную продукцию, оказывающих услуги проката туристского снаряжения или машин.

Таким образом, количество предприятий туризма увеличивается и турист уже имеет возможность выбрать предприятие по ассортименту предлагаемых услуг, качеству обслуживания, по своим предпочтениям и желаниям, что способствует появлению здоровой конкуренции между туристскими предприятиями.

Ключевые слова: туристские предприятия, турист, туристский потенциал, развлекательный туризм, дестинация, воспроизводственные процессы.

Как было отмечено выше, зачастую руководители туристских предприятий начинают обращать внимание на воспроизводственные процессы при наступлении стадии «старость». Одним из основных индикаторов наступления данной стадии выступает падение спроса на предлагаемые туристские услуги, что вынуждает предприятия либо применять различные маркетинговые инструменты (например, новую ценовую политику), либо внедрять процессы воспроизводства, которые способствуют дальнейшему развитию предприятия и сохранению своих постоянных потребителей.

На развитие туризма в регионе оказывают влияние ряд факторов: внешней (природно-климатические, социальные, политико-правовые, и т.д.) и внутренней (материально-технические, обеспечение кадрами, информированность потребителей и т.д.) среды, которые, по своему характеру, могут быть экстенсивными (например, строительство новых объектов туризма без учета новейших разработок научно-технического прогресса) и интенсивными (например, повышение квалификации персонала). Отдельно выделяется фактор сезонности. Как показывают результаты исследований, наибольшее влияние на развитие туризма оказывают аттракторы, притягивающие туристов и являющиеся целью их поездки. На наш взгляд, данный подход носит диалектический характер, и поэтому нами сделана попытка рассмотреть взаимосвязь потребителя туристской услуги и аттракторов, определить их влияние друг на друга. В связи с этим возникает необходимость сформировать основные принципы и подходы к формированию, использованию и развитию туристских аттракторов.

Под туристским аттрактором – (от англ. «to attract» - притягивать) - понимается комплекс объектов, размещенных на определенной территории. Из данного определения следует, что аттракторы это не только объекты туристской привлекательности (например, музеи, развлекательные центры, природа), но и объекты, обладающие уникальными свойствами, которые становятся притягательными для туристов. Другими словами это то, что привлекает туриста в дестинацию (на сознательном и бессознательном уровне) и заставляет его вернуться обратно; и то, с помощью чего он получает уникальные туристские впечатления.

В зависимости от силы притягательности, все объекты туристского интереса могут быть представлены в виде: ресурсов региона, туристских ресурсов, аттракторов, объектов туристской привлекательности и достопримечательностей. Поэтому, для более точного определения целей поездки туриста, представляется необходимым уточнить сущность представленных выше понятий [1].

Для того чтобы решить проблему рационального формирования и использования туристских ресурсов, необходимо, прежде всего, сосредоточить свои усилия на формировании целей развития туризма в регионе, являющихся результатом целеполагания, которое должно базироваться на изучении стартовых условий (потребностей туристов, инфраструктурном обеспечении, факторов, проблем научно-методического обеспечения и другие), предпосылок и ограничений устойчивого развития туризма в регионе.

Главной же особенностью целеполагания в туризме является то, что туристские ресурсы формируются в зависимости от целей туристов. Цель туриста - это удовлетворение его туристского интереса, который трансформируется в туристское впечатление. Иными словами, формирование, использование туристских ресурсов должно исходить из целей туристов, и направлено на получение туристских впечатлений.

Поскольку на цель накладывает отпечаток, с одной стороны, интеллектуально-познавательный аспект самих туристов, а, с другой стороны, ограниченность числа лиц, которые принимают решения по устойчивому развитию туризма в регионе, желание порой усреднить противоречивые интересы всех участников, вовлеченных в процесс туристской деятельности в регионе, и, как следствие, отсутствие необходимой объективной обоснованности в принятии решений, вследствие этого цели не всегда должным образом соотносятся с ресурсными возможностями и ограничениями. Анализ показал, что разрешение

методологической проблемы целеполагания в туризме в первую очередь должно основываться на глубоком изучении изменяющихся потребностей и интересов туристов в прошлом (генезис проблем), настоящем (позиционирование текущего момента) и будущем (прогноз изменений).

На данный момент времени получило распространение такого вида туризма в Азербайджана являются: семейный отдых на берегах моря с использованием водных видов туризма. При этом чаще всего он не организован. Второй по популярности вид отдыха – спортивная охота и рыбалка. Имеется санаторно-курортный туризм. При этом туристский потенциал области огромен.

Приключенческий туризм. По рекам – на плотках, весельных лодках, байдарках. Возможна прокладка конных маршрутов по берегам малых рек с посещением природных достопримечательностей.

Экологический туризм. На территории АР есть места, практически не затронутые деятельностью человека. Экологический туризм, несомненно, перспективен АР. Но проблема та же – в сбалансированном, необременительном для природы его развитии.

Перспективнейшим видом туризма в АР может стать культурный туризм, который часто рассматривают в составе социально-экологического и экскурсионного.

По результатам анализа и систематизации данных первоисточников нами определены параметры суммарных туристских мощностей территорий, при помощи которых установлены и показаны на графике циклы экономического развития туризма.

Циклы отличаются друг от друга продолжительностью и интенсивностью смены состояния регионов. Каждый цикл проходит одинаковые фазы: пик, спад (сокращение РТП), дно, депрессия (застой), оживление, подъем (рост РТП).

В целом 2014 год оказался непростым для участников туристской отрасли. Снижение объемов продаж констатируют все участники рынка. Экономический рост можно показать с помощью кривой производственных возможностей. Последняя в случае экономического роста будет смещаться вправо.

По мере развития туризма в нашей стране представления об экономическом росте начинают принципиально меняться. На первый план выдвигаются не количественные характеристики, а качество. Поэтому становится важен не только и даже не столько РТП, сколько эффективность его использования. То есть постепенно формируется новая теория экономического роста туризма: экстенсивный тип роста перерождается в интенсивный.

Интенсификация туристского производства направлена на повышение его эффективности. Во всем мире экономическая эффективность определяется по принципу «затраты-результаты». Задача туристской политики заключается в максимизации эффекта при минимизации затрат для получения заданного эффекта. На региональном (мезо) уровне общим критерием эффективности применительно к туристскому производству принято считать отношение ВВП к авансированным на туристское производство ресурсам. Частные показатели эффективности характеризуют эффективность использования факторов производства — туристских ресурсов и мощностей.

Проблема регулирования экономического роста регионального туристского производства обычно рассматривается во взаимодействии с проблемами экологической нестабильности, занятости, инфляции, неравенства в распределении доходов и экономической обеспеченности населения, поддержания равновесия торгового и платежного балансов, позволяющих стране извлекать выгоду из участия в международных экономических отношениях. При разработке мезо-экономической туристской политики необходимо учитывать взаимодействие этих проблем. С учетом всего этого мезо-экономическая туристская политика ищет последовательность решения проблем.

Для совершенствования структуры и состава нормативного обеспечения туристской деятельности законодательные и нормативные документы по туризму — по виду содержащихся в них требований на обязательные и рекомендуемые, по виду документов — на законы и иные подзаконные акты, а по сфере действия — от международных до отраслевых.

Большинство специалистов в индустрии туризма признают необходимость принятия мер, которые бы помогли совершенствовать законодательную базу в сфере туризма. При этом необходимо обеспечить такое взаимодействие интересов государственного регулирования с

интересами предприятий туристской индустрии, чтобы активизировать предпринимательскую инициативу в рамках правовых норм.

Это обязательный этап при реализации системного подхода в развитии областного туризма. Создание кадастра — это база маркетинговых исследований наиболее эффективных путей развития туризма.

- применение рекламной политики, отвечающей ожиданиям и предпочтениям туристов (в зависимости от преобладающих тенденций в мотивации поездок).

- применение гибкой ценовой политики (сезонное снижение цен для привлечения дополнительных посетителей, диверсификация туристских услуг, применение различных систем льгот и скидок для формирования приверженцев данного направления) [2].

Таким образом, обновленная законодательная база кардинально изменила модель государственного влияния на турбизнес и упорядочила деятельность участников туристской отрасли. Туристский рынок Азербайджана структурируется, развивается и приобретает принятые в мире цивилизованные формы. Укрепляется положение отечественных туроператоров, повышается престиж агентской работы, бурными темпами идет формирование агентских сетей, совершенствуются условия и договорные отношения участников туристской отрасли.

Пути обеспечения расширения инвестиций туристского потенциала в Азербайджане. Решение вопроса привлечения инвестиций в сферу туризма региона, многое для этого делается во многом связаны с такими проблемами как:

- нестабильность законодательства, особенно в налоговой сфере,
- неразвитость банковско-кредитной системы.

Для реализации турпродукта необходима реализация функций инвестиционного менеджмента. Инвестирование — одна из форм реализации важнейшего свойства капитала - возможности приносить прибыль.

В настоящее время инвестиции в областной туризм не являются долгосрочными. Анализ инвестиционной привлекательности на основе экономико-математических, статистических и других методов. При этом:

- анализируются дисконтные потоки средств;
- проводится сравнительный анализ объекта (процесса);
- проводится сравнительный анализ;
- анализируется заменяемая стоимость.

Оценку объектов инвестирования можно проводить путем сравнения с некоторыми показателями объектов-аналогов по различным показателям. Например, отношение стоимости аналога к его ресурсам, а также рыночной капитализации к ресурсам объекта.

Для реальных инвестиций с помощью метода анализа заменяемой стоимости можно учесть, к реальной начальной рыночной цене туристского объекта:

1. Метод капитализации.
2. Метод группировок.

Если поглощаемый объект не котируется на рынке, что характерно для областного туризма:

- бухгалтерской отчетности анализируемого объекта;
- аналогов объектов областного туризма.

Метод группировок заключается в анализе показателей приобретаемого объекта и его отнесении к той или иной группе объектов (предприятий), приобретенные за определенную цену.

При оценивании объекта необходимо учитывать также анализ репутации объекта. При этом оцениваются прошлые и будущие колебания показателей, причины колебаний различных показателей на результирующие показатели объекта.

При использовании рассмотренной методологии для туризма, прежде всего, необходимо выявить проблемы в деятельности турфирм. На этой основе можно определить социально-экономические ориентиры развития областного туризма.

На основе оценивания эффективности инвестирования можно ранжировать приоритетность инвестиционных проектов. При их реализации надо использовать известные инструменты финансового управления: бюджетирование, привлечение заемных средств, размещение свободных средств, инвестирование, эмиссии, антикризисное управление, траст, факторинг, лизинг, страхование и хеджирование.

В ряде регионов Азербайджана для воспроизводства определенных видов ресурсов имеются все prerogatives. Так, например, ряд ограничений распространяется на использование ТРК уникальных природных комплексов, заповедников. Аналогичная практика существует во всех развитых странах, в том числе, где туризм является основным приоритетом и статьей национального дохода.

Список использованной литературы:

1. Концепция «Азербайджан-2020: Взгляд в будущее», 2012 год.
2. Стратегическая «дорожная карта» по национальной экономике. Перспектива Азербайджанской Республики, 2016 г.

Amirova Samira Sabir

Azerbaijan Tourism and Management University

TOURISM TERMINOLOGY OF AZERBAIJANI LANGUAGE: THE HISTORY AND STAGES OF DEVELOPMENT

Abstract. The history of emergence and development of tourism in Azerbaijan in the modern time has been reviewed in the article. It is noted that thus the formation of tourism and related terminological system dates back to ancient layers of history, this field found its development gradually in the Middle Ages and since the beginning of 20th century the mass character of tourism increased. As tourism sector reached the level of professional development in Azerbaijan especially within last years, the formation and the usage of the terminology of this area is new. To sum up, though the terminological system of the Azerbaijani language passed long development process, approximately 50% of tourism terms emerged in the 4th stage of its development (after 90s of the 20th century).

Key words: Tourism Terms, Mass Tourism, Tourism Activity, Social Tourism, Tourism Resources

1. Introduction. Processes and changes happened in the life of the society create ground for arising, improving and enriching terminological lexics on areas, as well. One of the factors that causes enrichment of terminology, without any doubt is the development of the international relations and integration to the world. Integration, social-political renewal results in occurring some conceptions and notions, as well as, new terms naming them [Sadigova, 2002; Alekseeva, 1998; Birjakov, 2014].

Tourism has confirmed itself as a sustainable and the fastest growing economic area in many countries. At the beginning of the new millennium, it is considered to balance social and economic relations of global significance in the modern world and to be the "phenomenon of the twentieth century, the driving force of the world economy" [Rahimov, 2011, p.4], which causes the creation of new jobs and the flow of foreign currency. Over the past 50 years, the tourism industry has achieved outstanding success. Despite natural disasters, economic crisis, terrorist attacks, wars, the development of tourism is recognized all over the world.

In modern times, tourism has become one of the important factors in the development of international cultural relations. So tourism management has become a major field of activity that not only leads bilateral ties into right direction, the world's population coming closer with others, but also to the elimination of social and economic problems. In other words, today the tourism phenomenon is impossible to imagine without the topic of social welfare and economic development.

The second half of the twentieth century – the beginning of the twenty-first century are considered to be a period of intensive development of tourism. The dynamics of tourism has become a global phenomenon that is constantly on the rise.

The dynamic development of the tourism sector, especially at the professional level occurs in recent years since the formation and the usage of the tourism terminology is new. Therefore, it has become important to investigate the development stages of tourism terminology, the theoretical aspects of the terms, and to determine related lexical-semantic and structural composition.

2. *The historical development of tourism sector in Azerbaijan.* First of all, it should be noted that much of the history of Azerbaijani economic thought dates back to ancient times. The special feature is that the history of Azerbaijani economic thought within complete economic topic gets a place not on monuments but in sources written in Azerbaijani language, folk art, works written in Persian and Arabic, and finally in the works of the Azerbaijani classics. Economic thought has its place in the works written by all representatives of Azerbaijani classic literature starting with Nizami (Khagani, Fuzuli, Nasimi, Gazi Burhaneddin and others) and on written monuments. Indeed, words, word combinations which are included into the modern economic (as well as tourism) terminology is more than enough. Therefore, the period from the 6th-7th to 15th centuries played an important role in shaping the economic terminology of Azerbaijani language. "During this period, the terminology has already emerged in the various fields of economy and professions" [Huseynzadeh, 2011, p.9].

Tourism is a new sphere of activity dating back to ancient times in Azerbaijan that is rapidly integrating into the globalized world. The location of Azerbaijan in a favorable place on the world map, the familiarity with its magnificent nature, unique historical and archaeological monuments, the art and traditions during all historical periods have always been at the center of attention. The visits of caravans, caravanserais have frequently been mentioned in our epos and tales. It proves the fact that since ancient times in Azerbaijan suitable conditions have been offered to foreigners and travelers coming to our country.

The main purpose of the trips to Azerbaijan in the early stages of the history was not only military and the study of geographical features, but also travel notes compiled during these trips about history and culture of the country were of great scientific importance. "The visit of the world travelers to Azerbaijan affected to an increasing number of local travelers" [Huseynov & Efendiyeva, 2007, p.81].

Azerbaijan was known as the territory located on the Great Silk Road. Tebriz, Maraga, Erdebil, Ganja, Nakchivan, Ordubad, Sheki locating on the Great Silk Road had become one of the important international centers in the south and north parts of Azerbaijan.

Possessing the favorable geographical position in the middle of 14th century, Baku has a special place in trade relations between the West and the East. The Volga – Caspian Sea route starting from the White Sea flowing to the Caspian Sea has led to the establishment of new caravanserais in Baku. In the notes made by the travelers, merchants, diplomats (Marco Polo, Ryui Klaxvio Gonzalez, Athanasius Nikitin, Iosafat Barbaro, Ambrokko Kontarini, Anthony Jenkinson, Vinchensi Alexandri, Sadko, Ovliya Chalabi, Fedor Kotov) who visited Azerbaijan at various times one can witness that even in the past our nation had a worthy place in the development process.

At the end of the nineteenth century and at the beginning of the twentieth century comfortable atmosphere for guests was created at Baku caravanserais, reconstruction of the buildings was carried out and they started to be used as a hotel.

The formation process of tourism in Azerbaijan started with journey and walk but gradually achieved more organized form. Especially in the 18th – 19th centuries, tourism had elite character and became a form of entertainment inherent to aristocratic classes. Those times travels acted as an integral part of the sub-culture and were carried out for the purpose of education and treatment. The development of mass culture in the nineteenth century led to the development of mass tourism.

Thus, the history of world-renowned notes and high opinions of travelers about our country was ancient, the intensive development of tourism in Azerbaijan coincides with the beginning of the twentieth century. More specifically, the history of organized tourism in Azerbaijan may be referred to 1908 ["About Tourism" The law of the Azerbaijan Republic, 1999]. One branch of the Crimea-Caucasus mountain club opened namely in the same year in Baku. Baku branch was engaged in the organization of the remote and close excursions [Bilalov, 2008, p. 227; Huseynov & Efendiyeva, 2007, p. 80-108].

In the Post Soviet Union the territory of Azerbaijan has always provoked great interest among the tourists, the department of "Proletariat Tourism Society" involved in this field opened, as well as the first excursion associations were organized in Baku. During the summer months excursions for purpose of rest were organized to the Caspian coast - Mardakan, Shuvalan, Buzovna, Turkan, Zig, Pirallahi island and the Strip of Shikh. On the bank of the lake Goygol, in Ganja and Hajikend tourist facilities and tent camps were set up.

Though, activities in tourism area ceased during the Second World War, this area has begun to revive from the 50s, tourist bases have been opened in Baku, Mingachevir, Hajikend, Zagatala, Shusha and Goygol, corresponding organizations have been created for to secure their work. The Office of Azerbaijan Tourism Excursions from 1962 was renamed into the Council of Azerbaijan Republic on Tourism, from 1969 was renamed into the Council of Azerbaijan Republic on Tourism Excursions. In the 70s of 20th century new tourist bases, excursion bureaus have been opened and hotels have been put into use.

The year of 1983 has been the most memorable year in Azerbaijan from point of view of the tourism development. The same year corresponding decision was accepted under initiation and administration of the first deputy of the chairman of Soviet of Ministers of the USSR Heydar Aliyev about the establishment of health resort zone of union importance on Azerbaijani shores of the Caspian Sea. Due to decision dated on the 2nd of October in 1984 of the Soviet of Ministers of the Azerbaijan Republic, the development scheme of the tourism has been accepted until 2000.

Unfortunately, in the next stage 20 percent of our territory was occupied by the military force of Armenia and this ended in occupation of our beautiful nooks by enemies, as a result in these territories once existed tourism bases were ruined.

After the restoration its state independence Azerbaijan started to pay special attention to the development of tourism. The economic development contributed to the formation of the tourism sector in the country, as well. The development of tourism holds a special place in the social policy of the state. Tourism in all its forms, that is, both domestic and foreign tourism areas is a social policy aimed at improving the welfare of the population. The trend of development of tourism in Azerbaijan found its reflection in the legislative acts of the country only in the late 90s. So on July 27, 1999 the decree on the application of the law of the Azerbaijan Republic "about Tourism" was signed. This law has set the conditions for efficient use of resources as one of the means to ensure socio-economic development of tourism and is aimed at establishing the legal basis of the tourism market in the Republic of Azerbaijan, the principles of state policy, the foundations of tourism activities, as well as regulating relations in the field of tourism.

Comprehensive action plan for tourism sector to become one of the leading sectors of the country economy has found its reflection in the state programs on development of tourism in the Azerbaijan Republic approved by the orders on August 27, 2002 and April 06, 2010 of the President of the Republic of Azerbaijan. In accordance with requirements of the State Program, the hotels responding to international standards in tourism sector have been built, a number of leading international investment companies has been involved in the country. Upon another decree of the President, 2011 has been declared the "Year of Tourism" in the country.

For to raise the tourism-excursion services to world standards by the decision No. 97 dated July 16, 2004 of the Cabinet of Ministers of the Azerbaijan Republic "the rule of certification of tourist-excursion services" was approved.

In the development concept of "Azerbaijan 2020: Vision of the Future" approved by the President of the Republic of Azerbaijan, as a result of the realization of the defined targets and large-scale events covering especially the tourism industry, the balanced and sustainable development of Azerbaijan in the regions and villages in the future will be provided, as well as the well-being of the regional population and people will be improved further.

It should be noted that Azerbaijan was adopted into the membership of the World Tourism Organization (WTO) in September 2001 and today is working closely with this organization.

By the Presidential Decree of the Azerbaijan Republic dated 30 January 2006, the Ministry of Culture and Tourism was established under the Ministry of Culture of the Azerbaijan Republic. The Regulations of the Ministry of Culture and Tourism were approved by the Presidential Decree No. 393 dated 18 April, 2006.

In order to develop tourism industry in Azerbaijan and to meet the need for qualified personnel in the hospitality, tourism, travel and recreation fields by the Presidential Decree No. 925 Azerbaijan Tourism Institute (ATI) was founded in 2006 under the Ministry of Culture and Tourism of the Azerbaijan Republic. Azerbaijan Tourism and Management University (ATMU) was established on the basis of ATI by the order of the President dated 22 December, 2014.

Thus, the formation and development dynamics of tourism depends on primarily the country's wealth of natural recreation opportunities and the peculiarities of social and historical conditions. This addiction was the main reason for determination and popularity of tourism trends in Azerbaijan (arrival, departure, resort-health, business, kids, sports, tourism, etc.). But despite all these, we can say with confidence that all types and trends of tourism have developed themselves.

3. *Stages of development of the tourism terminology in Azerbaijan.* After familiarization with brief overview about the formation and development of tourism in Azerbaijan, we shall consider its development stages. Development stages of tourism in the country are divided by researchers into 4 periods [Bilalov, 2008, p.223-235; Huseynov & Efendiyeva, 2007, p.106-107]:

The first stage covers the period up to the beginning of the nineteenth century. From the historical point of view the use of tourism terms within economic terms dates back to Turkic written sources, divan (selected poems of poems) of M.Kashgari, the epic "Kitabi-Dada Qorkud" and other historical ancient inscriptions and monuments. One of the main source of maintaining the usage of tourism terminology and living for centuries is samples of folk art. Such units are found in proverbs and riddles, bayaties and legends, tales and stories. The use of terms of economy and tourism can be found in classical Azerbaijani poetry.

Specific features of this stage start with the understanding of tourism activity as "travel", "wandering". As we mentioned, the famous ancient and medieval travelers who visited Azerbaijan for different purposes were informed about rich nature, sightseeing, attractions of the country, as well as its rich natural resources, which are necessary for health. It is one of the most important factors for "advertising" of Azerbaijan. During this period, the tourism terminology lived its "infancy" stage. The caravan, caravanserai traveler, guide, departure time, guide-book and words like these penetrated into our language vocabulary.

The second stage - covers the period from the beginning of the nineteenth century up to the early twentieth century. This is the stage characterized by the establishment of first private tourism associations and societies for the development of tourism in Azerbaijan at the excursion level. The first embryos of organized tourism occur at this stage, the terms like tourists and tourism enter into circulation. During this period, the activity of excursion became very popular and the terms related to it emerged: excursion, tourist clothes, tents, educational excursions, tour desk, tour stations, tourist route, tourist base, local tourism and etc.

The third stage covers the period of Azerbaijan within the USSR (1920-1991). At this stage, tourism became specific activity of the public and possessed more organized mechanism. Azerbaijan became popular as the leading tourism destination in the former Soviet Union. New types of tourism emerged at this stage: pedestrian, water, bike, ski, children, border etc. It is also noted in the guide books related to tourism: "There are different types of tourism in the modern era. According to the direction of the road it is divided into pedestrian, mountain-walking, water, skiing, cycling and auto-tour. In addition, the process of tourist trips is divided into duration (one to two days and multi-days), participation (in groups - nearly 20; mass - more than 20) and scope (local and remote)" [Leonova & Tishenko 1967, p 25].

The fourth stage covers the period lasting after Azerbaijan gained its state independence (1991). Specific features of this stage primarily depend on the restoration of independent and sovereign statehood in the republic. The new historical conditions have opened up wide opportunities for the establishment of tourism in Azerbaijan on the basis of international standards. Special attention is paid to the preparation of legislative deeds, normative juridical and instructional basis responding to the universal principles in this field. The main priorities for the future development of tourism have been defined.

At this stage, the terminological system of Azerbaijani language has been enriched by a variety of tourism terms. A number of concepts have found their assertion in the “Law on Tourism”. For example, tour, travel vouchers, tour agent, tour agency, tourism products, tourism activities, tour activities, domestic tourism, outbound tourism, incoming tourism, social tourism, amateur tourism, tourism resources, tourism, infrastructure, tourism management, tourism marketing, activation of tourism products, ecotourism and others [“About Tourism” The law of the Azerbaijan Republic, 1999].

At present, comprehensive and large-scale events have been held to raise tourism level to the international standards. The current reality is that tourism industry develops rapidly and improves day by day.

During this period, the tourism terminology of Azerbaijani language started to prosper. Based on our observations, we can say that despite the fact that the 4th stage covers relatively short period, approximately 50% of tourism terminology of the Azerbaijani language have been shaped. Even some of the terms were not considered in the vocabularies published in the country at this stage [Rahimov, 2011]. Examples of such terms are flashpacking, drug tourism, volunteer tourism, couch surfing.

4. Conclusion. Thus, the analysis of historical development of tourism terms allows us to conclude that though terminological system of Azerbaijani language passed through long development process, only the 4th stage (after 90s) became memorable with the emergence of new tourism terms. As far as, the tourism sector enters a stage of rapid development in recent years at the professional level in Azerbaijan, the process of terminology activities still continues. At the same time, a common feature that can be found in the formation of tourism terms among Azerbaijani and other languages, is that the words of general use are characterized by a sense of the terminology.

References:

- Bilalov B.A. (2008).* The history of tourism. Baku: Mutarcim, 328 p.
- Huseynov I., Efendiyeva N. (2007).* Basics of tourism. Baku: Mars-Print, 442.
- Huseynzadeh J. (2011).* Linguistic analysis of terms of economy (On the basis of materials of Azerbaijani and English languages). Baku, 28.
- Rahimov S. (2011).* Explanatory dictionary of terms and notions used in international tourism. Baku: CBS, 364.
- Sadigova S. (2002).* Theoretical problems of terminology of Azerbaijani language. Baku: Science, 230.
- “About Tourism” The law of the Azerbaijan Republic.* Baku, 4 June 1999. <http://www.mfa.gov.az/files/file/44.pdf>
- Aleksandrova A.U. (2010).* International tourism: manual / A.U. Aleksandrova. — 2nd edition.: KNORUS, 464.
- Alekseeva L.M. (1998).* The problems of terms and terminology / Perm. state. university. Perm, 120.
- Birjakov M.B. (2000).* The history of tourism: Thomas Hook and his role in the formaton of tourism. Neva Foundation, Publishing House Gerda.
- Birjakov M.B. (2014).* Introduction to tourism. – Publishing House Gerda, “Publishing House Neva Foundation”, 544.
- The Great Glossary of Terms for the International Tourism/. (2003).* *Birjakov M.B., Nikiforova V.I.* second edition. In two volumes: Neva Foundation. 992.
- Vasilyeva, N.V. (2001).* Terminology: historical and diachronic approach / Vasilyeva, N.V. // Feld, O.V. Historical terminology in theory and practice / Feld, O.V. Krasnoyarsk: RIOKQPU, 87-89.
- Vinoogradova L.V. (2011).* Terminology of tourism of English and Russian languages in synchronistic and diachronic approaches. Great Novqorod, 24.
- Gritskovich V.P. (2005).* The history of tourism in the past: monograph / *Birjakov M.B.*; National Academy of Tourism. Gerda, 336.
- Zorin I.V., Kvartalnoye V.A. (2003).* The encyclopedia of tourism: Information book. – M.: Finance and statistics, 368.
- Leonova L.A., Tishenko L.D. (1967).* Tourism is the best rest. -M.: The Publishing House “Medicine”.
- Franjialli F. (2002).* The trends in the development of the world tourism. Lecture.
- Makarenko S.N., Saak A.E. (2003).* The history of tourism. Taganrog: Publishing House TRTU, 94.
- Paul Smith. (1999).* The History of Tourism [boxed set of four volumes] Routledge/ Thoemmes Press.
- Stephen J. Page. (2011).* Tourism Management: An Introduction.4-th edition. Published by Elsevier.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ И ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТУРИСТСКИХ РЕСУРСОВ

Резюме. В статье, автором указывается, что одним из основных элементов развития туризма является своевременное обновление основных фондов, т.е. воспроизводство, - процесс производства, взятый в динамике его непрерывного возобновления. Под экономическим износом понимается такое состояние предприятия, когда оно еще не достигло своей окупаемости, но уже отсутствует спрос на предлагаемые услуги.

Таким образом, туризм во многом зависит и формируется под влиянием спроса. А так как спрос в сфере услуг непостоянен, то и износ моральный и экономический наступает раньше износа физического.

Ключевые слова: туризм, основные средства, ресурсный потенциал, природные ресурсы, воспроизводство.

Специфика воспроизводственных процессов в системе туризма заключается в том, что необходимо рассматривать регион комплексно и системно - т.е. как совокупность различных по своей природе, составу, сфере деятельности предприятий туризма: гостиниц и иных средств размещения, предприятий общепита, турагентств, и туроператоров, предприятий туристской инфраструктуры и т.д. Все эти предприятия имеют разный жизненный цикл, что говорит о том, что воспроизводственные процессы протекают не одновременно и не с одинаковой скоростью. Под жизненным циклом инфраструктурного элемента системы туризма будем понимать время с момента первоначального появления элемента до момента прекращения его существования [1].

Например, была очень популярна туристская дестинация, предлагавшая элитный курортный отдых. Через некоторое время спрос среди состоятельных людей (составлявших основной сегмент потребителей услуг) на имеющиеся услуги упал, т.е. стало «не модно» просто отдыхать на курортах, а появилась тенденция совмещать отдых с активными видами отдыха (например, горнолыжный). Это привело к тому, что курорт, не достигнув критического уровня физического износа, значительно подвергся моральному износу, в том числе экономическому.

В соответствии с этим подходом, А. Томсон и А. Дж. Стрикленд предложили использовать при выборе инвестиционных приоритетов, что весьма актуально для областного туризма, три обобщающих показателя:

- 1) производственно-экономический потенциал,
- 2) привлекательность рынка,
- 3) товары и услуги.

Эти характеристики ресурсным потенциалом. К его основным элементам относятся:

- продукты (товары и услуги, связанные с ресурсным потенциалом);
- цена;
- продвижение турпродуктов;
- продуктодвижение.

В современных концепциях управления маркетингом количество этих составляющих достигает семи. Конечной задачей, стоящей перед региональными туристскими администрациями является создание эффективно работающей, конкурентоспособной отрасли туризма в регионе.

Совершенствование и эффективное использование туристских ресурсов непосредственно связано с повышением конкурентоспособности областного туризма. Для совершенствования и эффективного использования каждой составляющей туристских ресурсов требуется разработка специфических предложений. К ним относится, например, «Конкурентный ромб» Портера - система детерминант конкурентного преимущества. «Конкурентный ромб» Портера.

Факторные условия:

- Природные ресурсы.
- Людские ресурсы.
- Инфраструктура, в т.ч. качество жизни.
- Научно-технический потенциал.
- Капитал.
- Кластеры составляющих туризма
- Гостиничное хозяйство.
- Система питания.
- Транспорт.
- Оборудование, и т.д.

Рассматривая проблемы удовлетворения потребностей туриста, необходимо выделить несколько уровней проблем, связанных с:

- ограничениями в сфере межкультурных коммуникаций.
- необходимым минимальным уровнем сервиса.
- духовными и физическими потребностями. Предложение туристских услуг, которые бы в полной мере удовлетворяли пожеланиям туристов в отдыхе и получении туристских впечатлений.

- правовой защитой туристов, не только во взаимоотношениях турист - туристское предприятие, но и турист - местное население, а также правовая защищенность туристов за рубежом АР. Данная проблема тесно связана с проблемами нормативно-правового характера.

- обеспечением безопасности туристов во время отдыха - это безопасность средств и методов предоставления туристских услуг.

- культурными потребностями. Предоставление возможностей туристам повышать свой культурный уровень - организация территориальной и финансовой доступности.

- экологическими потребностями. Проблемы, связанные с экологической безопасностью туристов во время отдыха и степени экологизации процессов в сфере туризма.

К ресурсным проблемам в туризме могут быть отнесены:

- территориальные проблемы. Регионы изначально обладают разным количеством и качеством ресурсов и единый подход развития для всех неприемлем.

- устаревшая материальная база, необходимость развития национальной гостиничной цепи, строительства средств размещения новых типов: малых отелей и средств размещения в сельской местности.

Для того чтобы не допустить формирования подобной проблемы необходимо вовремя внедрять процессы воспроизводства, которые, должны быть изначально заложены при проектировании, строительстве и эксплуатации объектов туризма.

По характеру различают воспроизводство расширенное и простое. Расширенное воспроизводство основывается на инновациях, реконструкции, техническом перевооружении, модернизации оборудования, новом строительстве и т.д. Оно подразделяется на:

- 1) воспроизводство количественное (экстенсивное), когда источником роста выступают дополнительные ресурсы (например, постоянное расширение количества предлагаемых услуг);

- 2) воспроизводство качественное (интенсивное), когда источником роста выступает эффективность производства;

- 3) смешанное воспроизводство, т.е. качественное и количественное улучшение (например, постоянное совершенствование качества предлагаемых услуг, обновление материальной базы до требуемого современным научно-техническим прогрессом уровня, с использованием энергосберегающих технологий).

Простое воспроизводство - замена устаревших основных фондов и капитальный ремонт.

Процеси простого воспроизводства должны протекать постоянно в течение существования туристской деятельности в регионе - это, как было ранее сказано - ремонт, замена устаревших основных фондов и т.д. В то же время это не приводит к качественно новому уровню развития туризма в регионе, а только к поддержанию того уровня обслуживания и качества, который был заложен изначально [2].

Качественно новое развитие дают процессы расширенного воспроизводства, которые также должны применяться на всех жизненных этапах элементов системы туризма, что на практике происходит только в случае спада потоков туристов. Туристским предприятиям необходимо постоянно обновлять ассортимент предлагаемых услуг, формы и методы их предложения и предоставления, повышать качество предлагаемых услуг и обслуживания, что будет способствовать снижению зависимости предприятий от влияний спроса туристов на определенные услуги, обновлению основных фондов в соответствии с требованиями рынка услуг. Следует отметить, что предприятиям сферы туризма необходимо постоянно отслеживать уровень качества предоставляемых ими услуг, т.к. требования, предъявляемые потребителями этих услуг постоянно повышаются, что требует непрерывного обновления технологий предоставления современного, безопасного, высококачественного туристского продукта, который будет пользоваться спросом. В этой связи возникает необходимость предвидеть изменение спроса потребителей и начинать перевооружать предприятия до того, как эти изменения произошли, чтобы вовремя и на соответствующем уровне удовлетворять изменяющиеся потребности туристов, что, в конечном итоге, будет способствовать развитию туризма, а, следовательно, и повышению прибыли от его деятельности.

Список использованной литературы:

1. Центральная база данных Государственного комитета статистики Азербайджанской Республики <http://www.azstat.org/> (пер. из азерб.)
2. Эфендиев О.Ф., Алиев Э.А. Внешнеэкономическая деятельность современного Азербайджана. Учебное пособие. Баку, Издательско-полиграфическое предприятие «Зардаби LTD» ООО, 2007, С 328.

Н. С. Бойко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

**ЛЕБЕДИНСЬКИЙ МИКОЛАЇВСЬКИЙ МОНАСТИР – ВАЖЛИВИЙ
ЕКСКУРСІЙНИЙ ОБ’ЄКТ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ НА ЧЕРКАЩИНІ**

Маршрути релігійного туризму по території Черкаської області надають можливість глибоко пізнавати прадавню історичну і духовну спадщину краю, спонукають до її охорони та збереження. Особлива зацікавленість туристів визначається до діяльності монастирів, як у минулому так і на сучасному етапі.

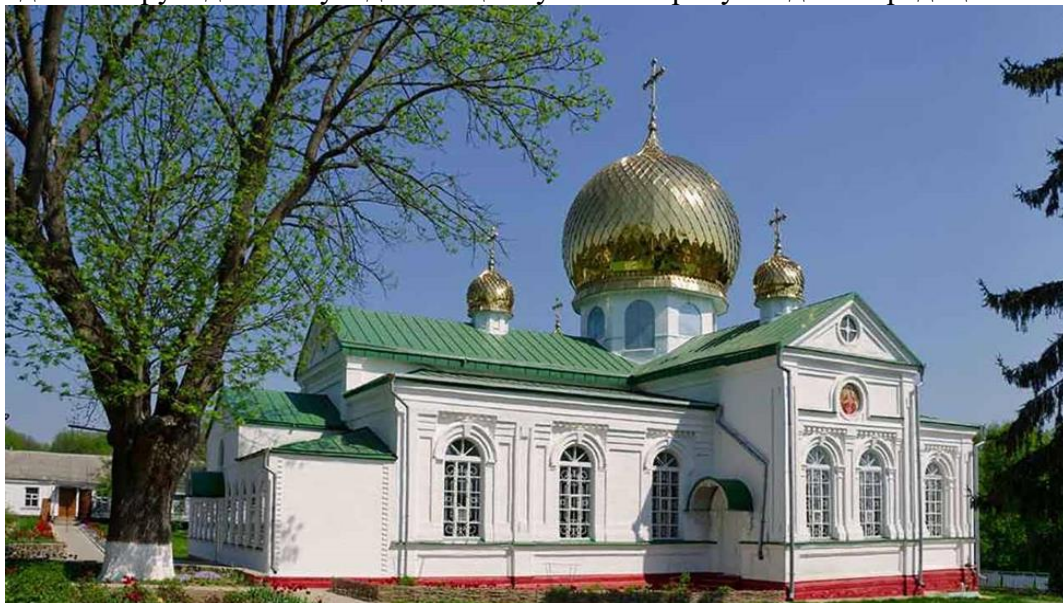
До 1917 року на терені Черкащини налічувалося більше 30 монастирів. Такі, наприклад, як Зарубський давньоруський, Трахтемирівський, Канівський Успенський, Мошногірський Петропавлівський, Жаботинський Онуфріївський, Лисянський Троїцький чоловічі та Чигиринський Троїцький, Черкаський – жіночі монастирі. У 20-30-х роках ХХ століття вони знищувалися, закривалися, але з 1991 року поступово почали відроджуватися і сьогодні у значній кількості є діючими. Серед них за історичною збереженістю, виділяємо Лебединський Миколаївський жіночий монастир Шполянського району.

Перші відомості про село Лебедин відносяться до початку ХV століття. Його назва, за переказами, походить від імені козака Лебеде, який першим поселився серед лісу та заснував поселення. Ще одна легенда твердить, що в місцевості водилося багато водоплавних птахів, а особливо лебедів. Тому не виключено, що цей прекрасний птах і дав назву селу. Село, оточене лісами, розкинулося у верхів’ях річки Турії. Лісова «сторожа» захищає територію монастиря, який було створено у 1779 році. За легендою, засновниками монастиря були черниці з далекого Молдовського Свято-Успенського Калатурського монастиря, розграбованого і спаленого турецьким військом. У пошуках нового житла вони зупинилися у Лебединському лісі і

побачили видіння – благословіння Святого Миколая на заснування в тій місцевості монастиря. Вранці черниці вирішили набрати води з джерела і знайшли біля нього ікону святителя Миколая, що була як благословення Боже для заснування на цій території монастиря. На місці джерела зараз існують три криниці, з водою, збагаченою сріблом, яка є лікувальною. Збереглися народні перекази про цілюще джерело, біля якого черниці знайшли ікону Святого Миколая.

Господарча діяльність монастиря докладно описана в статистичній відомості від 1893 року. У XIX столітті в Монастирі було дві церкви: Вознесенський собор (колишня Варваринська церква) – зимова церква і Миколаївська церква – літня. Кожна з них мала по три престоли. У Вознесенському соборі: Вознесенський (центральный), Варваринський (правий), Святителя Митрофана Воронежського (лівий); у Миколаївській церкві: Миколаївський (центральный), Захарія і Єлизавети (правий), Успіня Божої матері (лівий). Головне завдання, яке ставили перед собою служителі монастиря – зберегти всі церковні цінності у першопочатковому вигляді. Всього у дворі було 14 чернецьких корпусів. Окреме приміщення з шести кімнат для ігумені. Діяв монастирський готель. Були господарські споруди. Ченці самостійно обробляли землю і доглядали великий сад. Сіяли – пшеницю, овес, жито, просо, ячмінь, тримали волів, корів, коней. Церковно-економічний прибуток від продажу церковних свічок, з готелю монастиря і від складчини черниць і послушниць становив на 1 січня 1894 року 5773 карбованців. Нерухомого капіталу, що знаходився у 12 кредитних квитках і облігаціях Східної позики -10274 карбованців. З Київської духовної консисторії на укріплення не тільки внутрішніх церковних споруд, але й навколишньої присадибної території – 203 карбованці. Від скарбниці для штату другокласного монастиря на річне утримання - 2265 карбованці.

Значна увага в монастирі приділялася жіночому духовному, шестикласному училищу, яке було відкрите за резолюцією митрополита Філарета у 1850 році. Тоді ж воно розташовувалося у дерев'яному монастирському флігелі, в якому було 3 келії. Спочатку там навчалося 40 дівчат духовного звання - сиріт. Училище утримувалося частково за кошти монастиря і за рахунок благодійних внесків. У 1878-1879 навчальному році в училищі перебувало вже 82 вихованки, з яких – 30 сиріт і діти з бідних родин на повному монастирському забезпеченні. Також були учениці, які приходили з навколишніх сіл, вони в основному, навчалися безкоштовно. В училищі викладалися такі предмети: Закон Божий, арифметика, геометрія, фізика, географія, світова історія, французька та німецька мови, педагогіка, музика тощо. За розпорядженням єпархіального керівництва від 16 грудня 1887 року, замість діючого шестикласного училища в монастирі відкривалося двокласне духовне жіноче училище з чотирирічним курсом навчання, де крім загальноосвітніх дисциплін викладатися уроки ремісничого курсу, в якому виключна увага приділялася рукоділлю. Рукоділля в цьому монастирі було здавна традиційним заняттям.



Лебединський жіночий монастир

Для паломників і всіх відвідувачів монастиря у 1900 році діяло два готелі, в яких працювали їдальні і були окремі кімнати для відпочинку.

Отже і сьогодні Лебединський Миколаївський монастир зберігає свої православні святині - церкви ХІХ століття, які є культурно-історичними пам'ятками сакрального мистецтва і важливими екскурсійними об'єктами для розвитку релігійного туризму на Черкащині і в Україні.

Список використаної літератури:

1. Мариновський Ю. Православні монастирі на терені сучасної Черкаської області до 1917 року / Юрій Мариновський. – Черкаси, 1997. – 207 с.
2. Жадько В. О. Черкащина. Універсальна енциклопедія / В. Жадько. – Київ, 2010. – 1101 с.

Науковий курівник: доцент кафедри туризму і готульно-ресторанної справи, к. і. н.,
доцент Костюкова О. М.

E. Hajiyeva

Azerbaijan Tourism and Management University

IMPACT OF INFORMATION TECHNOLOGY ON PROMOTING UNESCO MONUMENTS IN AZERBAIJAN

Abstract: Purpose of this academic paper is to show a great impact of information technology on promoting UNESCO monuments in Azerbaijan. This paper attempts to bring clarity to the adoption of innovative IT programs. The paper also describes the positive impacts of IT, the current situation of UNESCO monuments, and suggestion of the best promotion channels. The main aim is to analyze a relationship between IT and organizations that try to promote their product and services. One of the main goal of paper is to investigate impact of information technology on enhancing the popularity of UNESCO monuments in the world. The current situation of UNESCO monuments analyzed by using secondary data and were given recommendations as a result.

Keywords: Information Technology (IT), UNESCO monuments, Azerbaijan

Introduction. Nowadays, the usage of information technology in all infrastructure is widely spread. High expectations from the information technology and lots of investment in all sectors, as well as in tourism sector, becoming popular and necessary.

It is obvious that demand on technology in Azerbaijan also increased last two decades. Implementation of modern technologies in tourism sector showed the positive results and at the same time, the importance of IT. IT plays an important role in development of enterprises and increasing popularity of UNESCO monuments in the world. Another reason of importance of Information Technology is that companies can measure the results and control the feedbacks.

According to Buhalis, technology has a big impact on organization's performance and helps differentiate an organization from its competitors. When the technology is using in an appropriate way, it can improve efficiency of employees (Buhalis, 2003).

Impact of information technology on promoting UNESCO monuments in Azerbaijan.

There are many tourist information centers in Azerbaijan. Application of innovative information systems will increase:

- the efficiency of employees
- customer satisfaction
- awareness of tourists about country
- the system updates
- quality of software programs
- the speed of operations
- expectation of customers
- profitability and lower expenses

All information providing by employees with the help of innovative IT programs is very helpful and useful. The tourists can get a lot of information about historical places, such as UNESCO monuments, places of interests etc. Innovativeness influences the company's tendency.

Information technology has a relationship with other departments so it makes the work easy and productive. Influence of IT on advertising and marketing change marketing professionals' job in a productive way. Marketing managers can easily communicate with their customers. IT changes the way of communication with customers. Customer communication programs are much easier to maintain and reduces the costs. Nowadays, almost brochures and other publications are electronic and it is easy for tourists to download them for usage. Even public relations department can do their job with the help of Internet. Media places an article about the UNESCO monuments on web sites. As an example, the official website of UNESCO (www.unesco.org) is a great way to promote the historical monuments. All details described in a proper way. (UNESCO, 1993).

Furthermore, information exists in a popular tourism website such as World Atlas. Here is given an information about Gobustan Rock Art Cultural Landscape, The Walled City of Baku, and Shirvanshah's Palace, which included to heritage of UNESCO monuments. The role of Internet is undeniable in promoting the monuments to the world. The technology make close the world and reachable for everyone. Google ads and pop-up ads are widely used and encourage the customers to buy service and product. At least, these types of advertising inform people and create awareness about product and service. Advertisement should focus on target market; consider consistency of message, segment of product and other factors. The monuments in Azerbaijan, which are included to the heritage of UNESCO has not enough popularity in the world. Those three monuments as an organization should focus on promoting the monuments and telling their story in order to aware the people of the world. (Armstrong, 2010).

The current situation of UNESCO monuments in Social Media. Some monuments in Azerbaijan are included to the heritage of UNESCO, three of them are: Maiden Tower (twelve century), Gobustan Rock Art Cultural Landscape, The Walled City of Baku with Shirvanshah's Palace.

Name of monuments	Gobustan Rock Art Cultural Landscape	The Walled City of Baku with Shirvanshah's Palace.	Maiden Tower
Facebook	✓	✓	unofficial
Instagram	unofficial	no	unofficial
YouTube	unofficial	no	no

As it is shown in the table, only Gobustan Rock Art Cultural Landscape and Walled City of Baku with Shirvanshah's Palace has an official Facebook pages. Other UNESCO monuments do not have official pages on social media channels.

Maiden Tower is a unique and very old architectural monument, which is located near the Inner city. It was built in the twenties century. Shirvanshah's Palace is also one of the oldest monuments in the world, which was built in the 15th century. The monument is included to heritage of UNESCO.

Azerbaijan also has its information technology where everyone who is interested about the country can get a lot of information about place, culture, tradition, tourism, hospitality and so on. For example: www.myst.gov.az, (Republic of Azerbaijan Ministry of Youth, Sports and Tourism Ministry website) www.azeribaijan-info.com (Azerbaijan on everything) www.culture.az, (the culture the site is dedicated to the art), www.azerifolk.com, (on the culture of the site) www.tourizm.az, www.gateway.az and others (Hadzikhanoglu, 2013).

Mobile technologies becomes a part of daily life and give a convenient way of communication to the customers, which make their life easier. As online purchasing is becoming very popular and affordable, even the marketing managers using promotion channels related with the internet.

When technology uses correctly, it improves companies' ability to serve customers and gain loyal and long-term customers. Attracting customers is just beginning of marketing process. Technology helps marketing managers to make a proper marketing plan. IT helps the people to get an information from different devices such as GPS, wireless internet, mobile devices, tablets etc.

Nowadays, the companies try to stay relevant with the help of internet. Another reason of good promotion of UNESCO monuments can be building a successful website with the help of internet (Sheldon, 1997).

Recommendations & Conclusion. Internet has become an important part of our daily life and that is why the usage of internet is a main component of companies' promotion. Internet as a main part of integrated marketing communications provide the companies and customers with information. A website can be a useful promotion tool for the Azerbaijan UNESCO monuments. Furthermore, a website may be considered as an electronic trade. The main goal is to keep ongoing process of marketing in order to stay relevant. Design of website and visibility plays an important role in attracting potential customers and save the current customers.

One of the best promotion channel can be placing information about UNESCO monuments to the popular tourism websites, which has more than million subscribers. Many companies using this channel and get success. In addition, another way is to place articles about monuments in popular online magazines.

Internet reduces the cost of companies and give an easy access to information. An email, as a part of Direct marketing most time helps to communicate with customers, keep the customers updated about the product and service.

The rapid growth of Information Technology and Software programs increasing demand. Due to low, cost of Internet the companies changing their marketing strategies by choosing highly productive promotion channels. Therefore, these types of promotion channels give an opportunity to enhance the sales and increase the revenue. Information Technology has a big impact on Sales process. Entrance to these monuments is with the tickets. Only with the help of Information Technology, it is possible to realize online sales. It helps to maximize the profitability of the monuments and give an opportunity to the tourists to realize sales through the Internet.

Nowadays, tourists prefer to get information online and then decide to purchase product or service.

References:

1. Armstrong, S. J. (2010). *Persuasive Advertising*. Great Britain: Palgrave Macmillan.
2. Buhalis, D. (2003). *ETourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. Financial Times Prentice Hall.
3. Hadzikhanoğlu, I. (2013). Information Technology. *Hospitality Industry in Azerbaijan*, 15-21.
4. Sheldon, P. (1997). *Tourism information Technology*. London: Oxford: CAB International.
5. UNESCO. (1993). *whc.unesco.org*. Retrieved 10 02, 2018, from <https://whc.unesco.org/en/statesparties/az>

А. А. Геворган

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЙ ВИКОРИСТАННЯ СПЕЛЕОРЕСУРСІВ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

За відомостями Міжнародного спелеологічного союзу, сьогодні у світі обладнано (є електричне світло, прокладено спеціальні доріжки, проведено різні комунікації) й експлуатується понад 1000 екскурсійних печер, які щорічно відвідує близько 170 млн осіб [1] (табл. 1).

Найпротяжніша система карстових печер у Словенії – Постойнська печера (5,3 км) – була відкрита для огляду туристами вже у 1819 р. Протягом ХІХ ст. тут була прокладена перша в світі залізниця, проведено електричне освітлення.

Африканські туристські фірми пропонують поїздки в печери як екзотичний відпочинок. Неподалік м. Джероба збереглося багато печер, в яких до сьогодні проживає місцеве населення. Туристам пропонують пожити в печерах разом із аборигенами, займаючись мисливством, випасаючи кіз і овець, збираючи врожай ячменю і чечевиці. Є можливість взяти участь в обрядових святах місцевих племен.

Екскурсійне використання печер у світі (за матеріалами [1])

Країна	Кількість відомих печер	Частка екскурсійних печер, %
Франція	700	1,97
США	13000	1,77
Чехія і Словаччина	2000	1,2
Швейцарія	1400	0,5
Болгарія	2000	0,45
Італія	8379	0,41
країни колишньої Югославії	6900	0,38
СНД і країни Балтії	6000	0,12
Україна	1358	0,5

Спелеологічні об'єкти використовуються також як ресторани та винні погребки. Так, на півночі Італії пропонують екскурсії в долину Valchiavenna. Тут, на місці стайні у 1928 р. з'явився ресторан. Ім'я ресторану Crotasc походить від слова Crotto – це типова для півночі Ломбардії назва природної гірської печери, в якій раніше витримували сир, брезаолу, салями і, звичайно, вино. Нині, печеру перетворили в гігантський холодильник. Це зумовлено тим, що між кам'яними брилами утворилися порожнини різної величини, через які виходить холодне повітря (-8...-11°C). Тут можна спробувати типові для регіону страви: нарізку з брезаоли, піццоккері (паста з гречаної муки), дичину, оленину. Щороку проходить сагра гротів – Sagra dei Crotti, яку відвідують до 30 тис. осіб з усього світу [5].

В Лівані протягом 150 років винний двір Ксара у м. Захле зберігає давні традиції виноробства, поєднуючи їх з новітніми технологіями алкогольної промисловості. Заснований у 1857 р. священиками-сзуїтами він є найстарішим і найбільшим у країні виноробним підприємством, яке відвідують щорічно близько 40 тис. туристів за рік. Відвідувачам пропонують екскурсію у винні підвали, а точніше – печери, які існували ще за часів Римської Імперії і продовжують використовуватися за призначенням у наш час; дегустація місцевого вина, виробленого за кращими традиціями і з кращих сортів винограду Середземномор'я. Експерсія у печери займає близько 20 хв., довжина їх ходів становить близько 2 км. В печерах можна побачити ряд винних діжок та спеціальні ніші, в яких зберігається в пляшках витримане вино. У холі можна побачити виробниче обладнання початку ХХ ст.

Нині набуває поширення надання спелеологічних послуг з лікувальною метою. Прикладом такого використання спелеоресурсів є курорт і спа-центр у печерах Каппадокії (Туреччина). Цей 5-зірковий готель налічує 79 номерів. Поєднання необроблених стін печери, натурального каменю високої якості і меблів з прекрасного дерева є унікальним. У спа-центрі пропонують всі види процедур, починаючи від парових ванн або лікувального душу із звуковими та світловими ефектами, закінчуючи масажем у чотири руки [2].

В Іспанії печера Куевас-дель-Драк розташована на глибині 25 м і розтягнута на 2,5 км. У 1935 р. сюди провели освітлення, придумали електричну імітацію світланку над водою і стали влаштовувати концерти класичної музики. Сьогодні в печері біля озера стоять лавки, на яких сідають глядачі, а на трьох човнах до них впливає квартет і грає Шопена, Оффенбаха і Кабальєро. Після концерту, який триває всього десять хвилин, можна покататися на човні або пройтися пішки під білосніжними сталактитами, химерними драпіровками вапняку, гілочками і спіралями геліктити [4].

Печери Ванг Вьенга у В'єтнамі відомі своїми багатокілометровими печерами з колонадами сталактитів і сталагмітів. У печерах прокладені бамбукові і цементні доріжки для піших прогулянок, є освітлення. Крізь деякі печери течуть підземні річки, що дає змогу спускатися на камерах (тубінг). Підземні зали печер мають висоту кілька сотень метрів, у багатьох з них заховані підземні храми, зведені на честь гірських божеств, і статуї Будди [3].

Важливим для розвитку світового ринку спелеопослуг є те, що створюються нові проекти використання печер. Так, Печера «Леденика» (Болгарія) перетворилася на розважальний центр на кошти Єврофонду. Одна з найбільш популярних і відвідуваних печер Болгарії знаходиться на території природного парку «Врачанський Балкан» у горах Стара-Планіна. Її довжина близько 300 м. Тут використовуються світлові та музичні ефекти, сучасні аудіовізуальні засоби. У залах організовано показ фільмів, які надають детальну інформацію про таємниці печери. У «Концертному залі» звучить музика, що демонструє його акустичні якості. У печері створений модуль «Мама, тато і ми» для розваг і заняття спортом, як для дітей, так і для їхніх батьків [6].

Список використаної літератури:

1. Максимович Г.А. Туристские пещеры мира и их посещаемость / Г.А. Максимович // Исследования карстовых пещер с целью использования их в качестве экскурсионных объектов. – Тбилиси, 1978. – С. 29–32.
2. Офіційний сайт спа-центру в печерах Каппадокії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.tourgenius.com.
3. Офіційний сайт туроператора «Extream-tour» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.extremetour.com.ua.
4. Офіційний сайт туроператора «Кристалл Тревел» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : crystaltravel.com.ua.
5. Офіційний сайт туроператора «Чорномор-Тур» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.chernomor-tour.com.ua.
6. Спелеотуризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://infotour.in.ua/speleoturizm.htm>.

Науковий керівник: доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
к. геогр. н., доцент Новикова В.І.

Годжаева Эмира Мадат кызы
Азербайджанский Университет Туризма и Менеджмента

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ ТУРИСТСКИМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Резюме. Выделяя в качестве базисного критерия целевую установку, законодательство рассматривает в совокупности неорганизованных туристов (самостоятельно организовывающих отдых) и организованных туристов (клиентов турфирм). При ТРК предлагается рассматривать исключительно проблемы и запросы организованных туристов (заказчиков турпродукта), так как проблемы могут быть изучены и решены, а запросы выявлены и удовлетворены туристскими организациями в целях получения прибыли последними.

Таким образом, располагая факторами производства турпродуктов и зная о своих преимуществах, регионы могут влиять на эффективность использования ТРК. Вместе с тем, необходим учет внешних, учитывающих тенденции изменения международной туристской системы, и внутренних, основанных на особенностях организации туристского хозяйства в регионах в различных фазах экономических циклов, императивов.

Ключевые слова: устойчивое развитие, туристический сектор, инвестиции, эффективность, туристический потенциал.

Summary. Having found the basic criterion for a complete installation, the law determines the coexistence of unmanaged tourists and organized tourists (travel agencies). When TRCs are asked to consider exceptionally exciting problems and requests from organized tourists (customers in the travel industry), the problems can be solved and resolved, and the requests have been disclosed and approved by the tourist organizations in recent years.

Taksim looks at the factors that make production of the products and the best of the products that the region can effectively use in the TRC. At the same time, the international trends of international tourism are changing, the changes in the international tourist system, and the internal tourism, the organization of tourism in the regions of the various economic cycles, imperatives.

Key words: sustainable development, tourism sector, investment, efficiency, tourism potential.

Основываясь на концепции устойчивого развития и воспроизводственных процессов в интегрированной системе туризма, а также развивая методологические основы оценки туристско – ресурсного потенциала развития туризма, предложенные принципы должны быть дополнены. Мы считаем целесообразным использование следующих принципов, которые, в совокупности, будут более полно отражать современные тенденции в исследовании системы туризма:

- Принцип инновации - являющийся методом преобразования ресурсов и потребностей туристов для достижения целей устойчивого развития туризма и обеспечивающий непрерывность воспроизводственных процессов. Здесь следует учесть, что использование инноваций должно соответствовать уровню развития общества, т.к. некоторые разработки могут применяться без полной отдачи и польза от их использования на определенном этапе развития общества будет ниже ожидаемой, что отрицательно скажется на экономической окупаемости.

- Принцип опережения предполагает не только то, что сегодня пользуется спросом, но и новое, позволяющее изучать спрос в его динамике, а, следовательно, планировать и прогнозировать использование туристско- - ресурсного потенциала. Еще одним немаловажным фактором является определение и решение источников проблем развития туризма. В настоящее время все проблемы решаются, реактивным методом, т.е. после их наступления определяются пути преодоления данных проблем. Более целесообразным и эффективным является возможность предвидеть, т.е. опередить наступление проблем и ликвидировать факторы их порождающие.

- Принцип интеграции подразумевает объединение, расширение и углубление с целью удовлетворения динамически меняющихся потребностей туристов и их деятельности [1].

Исследования воспроизводственных процессов позволили выделить некоторые особенности данных процессов в системе туризма, которые включают расширенное воспроизводство основных фондов, туристской инфраструктуры, туриста и аттракторов.

Вместе с тем, необходимо отметить важность максимизации жизненных циклов туризма, за счет их интеграции в воспроизводственные процессы, что способствует продлению жизненного цикла. Кроме того, жизненные циклы и воспроизводственные процессы каждого предприятия должны быть согласованы с развитием инфраструктуры.

На основании интегрированной системы туризма предложены: интеграции, инновации и опережающего определения предпочтений.

Выделяются два ключевых момента в использовании туристских ресурсов:

-привлечение внимания туристов. Недостаточно того, что местные жители или региональная компания - туроператор считают какую-либо достопримечательность заслуживающей самого пристального внимания. Необходимы сведения, прямо говорящие о том, что и за пределами региона существуют группы людей, заинтересованные в посещении данного объекта. То есть удовлетворение потребностей туристов. Речь идёт о фактической возможности имеющихся в регионе объектов дать путешественнику то, ради чего он сюда приехал. При этом уровень удовлетворения потребностей должен соответствовать ожиданиям туриста.

Однако и в этом взгляде, в принципе верном не отражены возможности аттракторов изменяться. Здесь упор делается на впечатления от определенных групп туристов, сегментов туристского рынка, которым, по существу, предлагается одно и то же, но с разными комментариями гидов.

Оценочные показатели по формам оценки туристско - ресурсного потенциала можно разделить на качественные и количественные. Обе формы имеют свои преимущества: качественная - логическую обоснованность, количественная -наглядность и сравнимость результатов. Так, здесь рассматривается эффективность использования туристско – ресурсных потенциалов как часть эффективности функционирования регионального туристского комплекса с точки зрения качественного и количественного анализа с помощью математического моделирования [2].

Интересна также точка зрения, которая выделяет 4 критерия оценки туристско - ресурсного потенциала с позиций оценки их туристами:

- количественную оценку ресурсов, т.е. их величину;
- качественную оценку, т.е. их комфортность, которая в свою очередь подразделяется на оценку комфортности природных ресурсов (температурный и ветровой режимы, количество солнечных дней, осадков за туристский сезон, влажность воздуха и т.д.), а также оценку комфортности антропогенных ресурсов (как социокультурных, так и инфраструктурных), которая оценивается, исходя из условий, созданных с помощью технических средств (например, уют помещений, удобство пользования и т.п.) и обслуживающего персонала (вежливость, доброжелательность, внимание и т.п.);

- эстетическую привлекательность туристских ресурсов. Для данной оценки используются такие характеристики, как: живописность (масштаб, формы, яркость пейзажей и др.), разнообразие, контрастность, выразительность и т.п. В большинстве случаев эстетическая оценка основана на соотношении различных критериев их ценности с экспертными оценками, опросами потребителей;

- значимость туристских ресурсов (ресурсы могут выступать в качестве ресурсов мирового, отечественного и местного значения).

На основе представленных критериев автор определяет комплексную (интегрированную) оценку туристских ресурсов по функциональной пригодности, т.е. по цели их туристского применения. Однако данный подход не включает в себя экономическую оценку туристских ресурсов, являющих собой аспект при планировании формирования, использования и развития туристско - ресурсного потенциала туризма в регионе.

В этом случае на территорию воздействуют следующие аспекты:

- природные, географические данные;
- достопримечательности
- социально – экономическая инфраструктура;
- экономико - экологические данные,
- данные о туристских ресурсах региона, их экономической эффективности;

Однако данный подход является труднореализуемым в современных условиях развития туризма за недостаточностью статистической базы туризма.

Поддерживая идеи С.А. Быстрова, который утверждает, что для грамотного управления использованием ТРК крупного города целесообразно выделить следующие направления оценки туристско - ресурсного потенциала территории:

- количественная оценка ресурсов. При этом необходимо учитывать, динамичность ТРК;
- качественная оценка ресурса, которая позволяет оптимизировать направления по использованию ресурсного потенциала;
- оценка потенциальных возможностей эффективного использования ресурсов для определения допустимых границ их использования, исходя из соображений экономической, экологической, социальной стабильности.

Обычно в экономической теории выделяют такие понятия, как экономическая эффективность и социальная эффективность. Наиболее распространенными формами оценки являются качественная и балльная. Обе формы имеют свои преимущества:

- качественная - логическую обоснованность,
- балльная - наглядность и сравнимость результатов.

Экономическая оценка ТРК помогает дать заключение о результативности использования ресурсов. Поэтому один из подходов к этой оценке состоит из сравнения экономической эффективности определенных вариантов использования территории - рекреационного, сельскохозяйственного, промышленного.

Для улучшения инвестиционной привлекательности областного туризма как в краткосрочном так и в долгосрочном периоде необходима кредитная стратегия и оптимизация показателей инвестиционной привлекательности по:

- реальным ресурсам, направляемым в производственные процессы;

- финансовым ресурсам;
- интеллектуальным инвестициям.

При оценивании инвестиционного потенциала туризма необходимо учитывать кредитоспособность предприятий областного туризма и основные стратегические приоритеты развития областного туризма:

- развитие новых направлений деятельности;
- освоение новых типов турпродуктов;
- завоевание новых рынков сбыта.

Любой из выбранных приоритетов развития требует анализа ресурсного потенциала районов и предприятий областного туризма. По результатам анализа районы и объекты областного туризма могут ранжироваться, например, по наличию условий для организации туристско-экскурсионного обслуживания, по состоянию предприятия туризма для включения в уже существующие туры и др.

Используемые туристские ресурсы подразделяются на:

- природные
- инфраструктурные

Таким образом, главную роль в формировании турпродукта играют природные ресурсы. Оценивание туризма невозможно без применения экономического анализа. Его результаты позволяют целенаправленно воздействовать на микро- и макроэкономические процессы.

Источник использованной литературы:

1. Y.Hasanli, S.Agayev. ASSESSMENT OF TAX EVASION RISKS FOR VAT PAYERS. Actual problems of economics, Scintific economic jornal, eco-science.net, ISSN-1993-6788, №3(153) 2014, p.487-496.<http://eco-science.net/archive2014/307--3153.html>
2. Y.Hasanli. The evaluation of mutual substitution elasticity of capital and labour factors by application CES function for economy of Azerbaijan, The journal of economic sciences: Theory and practice, p.77-96, Year: 19, Volume 70, #1/2013, ISSN 2220-8739.

С. Ю. Горбанець

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТУРИЗМУ

Залізничний туризм характеризується такими специфічними рисами, притаманними тільки йому [2]:

- незалежність здійснення залізничного туру від пори року, тобто відсутній фактор сезонності;
- надання комплексу характерних і супутніх послуг: перевезення, розміщення, харчування, інформаційно-рекламні, розважальні тощо;
- неможливість зміни маршруту внаслідок особливостей здійснення перевезення залізницею.

Закордонний досвід функціонування залізниць свідчить, що розвиток залізничного туризму, як правило, здійснюється у кількох напрямках: створення залізничних турів, їх здійснення (реалізація), забезпечення комплексу туристських послуг при реалізації такого туру. Отже, можна прийняти, що залізничний туризм як об'єкт підприємницької діяльності являє собою діяльність юридичних осіб з надання комплексу туристських послуг – створення та здійснення (реалізації) турпродукту – залізничного туру, транспортні послуги засобами залізниці, послуги харчування, інформаційно-рекламні, екскурсійні, дозвілля тощо [4].

Такі тури можуть здійснюватись у міжнародному сполученні (на визначеному континенті), внутрішньодержавному сполученні (країна або окремий її регіон), приміському сполученні (певна область).

Залізничний тур – турпродукт, до якого включено послуги з перевезення туристів засобами залізничного транспорту та будь-які інші характерні або супутні туристські послуги.

Так, послуги розміщення, харчування, розважальні і, частково, екскурсійні можуть надаватись в залізничному рухомому складі – спеціалізованих пасажирських вагонах [1].

Послуги розміщення, що включаються до залізничного туру, залежать від виду залізничного спеціалізованого потягу (туристський або екскурсійний).

У вагонах екскурсійного потягу (які також мають назву: потяги вихідного дня, приміські туристські потяги) не передбачається надання послуг розміщення з можливістю здійснення тривалого відпочинку, тому такі потяги не мають спальних вагонів. Закордонний досвід функціонування залізничних турпотягів свідчить, що пасажирські залізничні вагони, включені до схеми такого потягу, обладнані місцями для сидіння, які можуть крутитись навколо своєї осі (Glaciwer Express – «Льодовитий експрес», Швейцарія), або ж такі спеціалізовані туристські потяги формуються тільки з вагонів-ресторанів (британський British Pullman). До екскурсійних потягів, які функціонують за кордоном, можна віднести «Пасхальний уїкенд на Кривоклаті» (Чехія), Tequila Express (Мексика), Tour the Steam Locomotives Railroad (Індонезія) тощо [3].

Для надання послуг розміщення в туристському залізничному потязі, в якому турист слідує більше двох діб, в схему потягу включають спальні вагони. Інтер'єр та конструкції спальних вагонів певних туристських потягів найрізноманітніші та залежать від континенту, де вони курсують, мети подорожі та назви такого поїзду. Купе в туристських потягах, як правило, одно і двох місцеві, обладнані гостьовою зоною. Туристський потяг Venice Simplon Orient Express має купе, що вдень являє собою гостьову кімнату з диваном, столиком та стільцями, а вночі перетворюється у спальну кімнату з 2-х спальним ліжком. Але в деяких потягах існують вагони та купе, стилізовані під імператорський або ретро стиль (Venice Simplon Orient Express, Європа; Majestic imperator Train de Lux, Австрія), вагони, побудовані (відреставровані) спеціально для королівської сім'ї (Al Andalus Express, Іспанія), або президентські апартаменти. У таких вагонах – відповідний стильний інтер'єр, срібло, кришталь (Northern Belle, Англія), іноді вони являють собою номери готелів високої категорії (Express Canadian, Канада). В деяких потягах наявність в купе сейфа є обов'язковою вимогою [4].

У вагонах туристських потягів існують також купе, обладнані ванною кімнатою (Rovos Rail, Африка) або душовою кабіною (Eastern & Oriental Express, Японія). У складі туристських потягів Білорусі є вагон-душ. Іноді до схеми туристських поїздів можуть додатково включати такі вагони (відповідно, надавати додаткові послуги): господарські (багажні) вагони, службово-побутові вагони, де надаються медичні послуги, послуги перукаря, фотопослуги; вагон – дизель – електростанція, що являє собою автономне джерело живлення електроенергією тощо [5].

Послуги харчування протягом залізничного туру також можуть надавати в спеціалізованому рухомому складі: вагонах-ресторанах, барах, кафе, кухнях тощо. В складі туристського потягу таких вагонів може бути кілька, що залежить від виду потягу й часу його курсування.

Отже, особливістю залізничного туризму є обов'язкове надання туристу транспортних послуг, а також послуг розміщення і харчування протягом залізничного туру в одному і тому ж рухомому складі – спеціалізованих пасажирських вагонах.

Розважальні послуги протягом залізничного туру надають в такому спеціалізованому рухомому складі: piano-bar, вагон-бутік, вагон-клуб або вагон-трансформер (має сидячі місця, екран, відео- та аудіоапаратуру тощо).

Додаткові послуги, що надаються в туристських поїздах – найрізноманітніші. У потязі Majestic imperator Train de Lux («Імператорський тур», Австрія) можливо проведення балів та банкетів, а також семінарів і конференцій. У потязі Express Canadian (Канада) за попередньою домовленістю з машиністом надаються послуги зупинки потягу в будь-якому місці маршруту.

Організація руху туристських потягів і вагонів за певним маршрутом слідування також може бути різною. Спеціалізовані вагони для переміщення туристів можна включати до складу існуючого пасажирського поїзду з наступним його відчепленням на пасажирських

станціях і причепленням до іншого пасажирського потягу з метою забезпечення визначеного маршруту залізничного туру. Іншим напрямком здійснення такого туру є створення туристського потягу з окремою ниткою графіку.

У штаті туристсько-екскурсійного потягу, крім бригади, що здійснює його безпосереднє обслуговування (начальник потяга, провідники вагонів, працівники вагонів-ресторанів), передбачається служба туристського обслуговування, що складається з представників турфірми. Її очолює директор (керівник) маршруту, під його керівництвом працюють турінструктор, організатор дозвілля та лікар.

У кожному вагоні облаштовується «куточок туриста», де вивішується розклад руху турпоїзда, програма обслуговування туристів, режим харчування (номер вагона-ресторану, в якому харчуються туристи, номер зміни і час харчування), інформація про обслуговуючий персонал – начальника потяга, директора маршруту, провідників, лікаря, інструкторів (прізвище, ім'я та по батькові, номер вагона і місця).

У турах, які тривають більше однієї доби, туристи зазвичай розміщуються по 2–4 особи в купе. Окремі купе надаються директору маршруту, штабу турпоїзда, лікарю. Найбільш поширеним для туристсько-екскурсійних поїздів є цільно-металевий купейний вагон, який має 10 купе на 38 місць [5].

Список використаної літератури:

1. Биржаков М.Б. Индустрия туризма: перевозки / М.Б. Биржаков, В.И. Никифоров. – СПб. : Герда, 2007. – 528 с.
2. Визначення та класифікація залізничного туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=942>
3. Железнодорожный туризм на поезде [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.donetskrail.com/news/zheleznodorozhnyj_turizm_na_poezde/.
4. Організація подорожей у спеціалізованих туристсько-екскурсійних потягах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://subject.com.ua/tourism/journeys/13.html>
5. Фастовець О.О. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів : навч. посіб. / О.О. Фастовець. – К. : Вид-во ІТ ФПУ, 2007 – 233 с.

Науковий керівник: доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, к. геогр. н., доцент Новикова В.І.

С. М. Грабевник

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Туризм є однією з найбільших динамічних галузей економіки. Високі темпи його розвитку, великі обсяги валютних надходжень активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню власної туристичної індустрії. На сферу туризму доводиться близько 7,5 % світового валового національного продукту, 8,3 % світових інвестицій, 12,4 % світових споживчих витрат.

Україна належить до країн, які володіють істотним економічним потенціалом для розвитку туризму і рекреації. На теренах держави є значні запаси унікальних бальнеологічних ресурсів, прекрасна природа, визначні пам'ятки історії та культури не тільки державного, але і світового значення. Ефективне використання наявних ресурсів неможливе без досконалого ціноутворення в даній галузі. Тому буде доцільно розглянути особливості ціноутворення саме у сфері туристичного бізнесу, різні стратегії встановлення ціни на туристичний продукт, що обґрунтовує актуальність обраної теми [1].

Метою дослідження є розгляд особливостей ціноутворення в галузі туризму, фактори, які впливають на рівень цін та її складові.

Сучасна економічна теорія розглядає ціну як результат функціональної взаємодії комплексу ціноутворюючих факторів. Для виробників туристичного продукту ціна більшою

мірою, ніж інші фактори виробництва, визначає рентабельність фірми, її життєздатність і фінансову стабільність. Це пов'язано з тим, що ціна є тією межею перетину зі споживачем, від оперативного і кваліфікованого управління якої залежить загальний успіх. Аналізуючи попит на туристський продукт, фірма може негайно відреагувати на його еластичність шляхом зміни ціни. Остання є дієвим важелем, що дозволяє забезпечити туристичній фірмі конкурентоспроможність. Помилка в ціновій політиці може привести до невдачі всього бізнесу, навіть якщо всі інші його елементи функціонують нормально.

Ціноутворення у сфері послуг і в туризмі зокрема має низку особливостей:

1. Послуги туризму становлять кінцевий продукт, призначений безпосередньо для споживання, тому ціни на послуги – це роздрібні ціни.

2. Стійкість попиту на туристичні послуги залежить від індивідуальних особливостей людини, тому при встановленні цін на них слід враховувати наступний психологічний момент: вона не повинна викликати негативних емоцій у потенційних покупців.

3. Процеси виробництва, реалізації і споживання послуг збігаються в часі, тому у сфері послуг застосовується сезонна диференціація цін і тарифів; попит на послуги туризму має яскраво виражений сезонний характер.

4. Турпродукт у більшості випадків становить пакет послуг, розрахований на групу людей. У неї входять як туристи, так і особи, які супроводжують групу на конкретному маршруті. Що більша чисельність групи, то нижча вартість туру в розрахунку на одну людину;

5. Туристичні послуги реалізуються як на внутрішньому, так і на світовому ринках, тому при оцінці якості і стандартизації беруться до уваги міжнародні вимоги, ціни встановлюються у вільноконвертованій валюті.

6. Ціни на туристичні послуги повинні містити споживчі вартості, які не набувають безпосередньо товарної форми (наприклад, національні парки, історичні пам'ятники) або не є продуктами праці, а створені природою (гори, водоспади).

7. Ціни на певні види послуг можуть не входити у вартість турпакета. Вони оплачуються кожним туристом окремо;

8. Ціна туру на одну людину залежить від кількості тuro-днів. Що триваліший є тур, то за інших рівних умов він дорожче буде коштувати;

9. Ціна туру залежить від його виду. Ціна індивідуального туру вища, ніж групового [2; 3].

Фактори, що впливають на рівень цін у туризмі:

– Зовнішні: стан економіки; державне регулювання цін; тип ринку; міжнародне оточення; політична ситуація; споживачі, їх платоспроможність; конкуренти; учасники каналів товароруку від виробника до реалізації туристичного продукту.

– Внутрішні: цілі туристського підприємства; імідж; менеджмент; витрати; фінансово-економічний стан та ін. [4]

Ціна на послуги туризму містить такі елементи: 1) вартість сировини і матеріалів (продукти для приготування їжі, постільна білизна); 2) поточні витрати на виробництво, реалізацію й організацію споживання послуг; 3) витрати на оплату праці; 4) амортизаційні відрахування; 5) непрямі податки за видами послуг (ПДВ, митні збори); 6) інші витрати, у тому числі оренда офісу, адміністративно-управлінські витрати; 7) прибуток туроператора; 8) знижки для окремих груп туристів; 9) надбавки або знижки (комісійна винагорода) на користь турагента [5-7].

Статті витрат, що об'єднують елементи 1-5, складають собівартість туристського продукту. При розробці цін враховуються різні комісійні винагороди посередникам (комісія для туроператорів, турагентів та інших організацій).

Ціноутворення в індустрії туризму – це комплексний захід, обумовлений різноманітністю продукту, високим рівнем конкуренції в індустрії і складністю точної оцінки майбутнього попиту. Політика ціноутворення в індустрії туризму визначається різними факторами, тому діапазон вибору застосовуваних методів широкий [7].

Таким чином, можна зробити низку висновків:

1) процеси виробництва, реалізації і споживання послуг збігаються за часом, тому у сфері послуг застосовується сезонна диференціація цін і тарифів;

2) туристичні послуги реалізуються як на внутрішньому, так і на світовому ринках, тому при оцінці якості і стандартизації беруться до уваги міжнародні вимоги, оскільки ціни для іноземних туристів, як правило, вищі, ніж для вітчизняних, і встановлюються у вільно конвертованій валюті;

3) в умовах ринку фірма може здійснювати цінові маніпуляції. Часто збільшення ціни сприймається клієнтами як зростання цінності пропонованої послуги, тому іноді на приблизно однакові товари встановлюються різні ціни. Якщо різниця у рівні цін невелика, то споживач купує дорожчу послугу, припускаючи, що її якість вища.

Список використаної літератури:

1. Денисов О. Д. Маркетинг послуг. — К.: КНЕУ, 2003.
2. Квартальнов В. А. Стратегический менеджмент в туризме : современный опыт управления / В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 1999. — 496 с.
3. Фролова Т. А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма / Т. А. Фролова. — Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010.
4. Экономика туризма : учеб.-практ. пособие / З. М. Горбылева. — Минск : БГЭУ, 2007. — 167 с.
5. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебник / А. Ю. Александрова. — М. : Аспект Пресс, 2002. — 470 с.
6. Дядечко Л. П. Экономика предприятий туристического бизнеса / Л. П. Дядечко. — Донецк, 2003. — 172 с.
7. Леонова Г. Д. Маркетинг в туристическом бизнесе / Г. Д. Леонова. — Донецк: ДИТБ, 2007. — 136 с.

Науковий керівник: професор кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, д.е.н., професор Яценко В.М.

T.R. Huseynova

Azerbaijan Tourism and Management University

TOURISM AND HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

Tourism in the view of most people is associated with recreation, new experiences, pleasure. He fixedly entered the life of a person with his natural desire to discover and learn uncharted lands, monuments of nature, history and culture, customs and traditions of different nations.

It is less known that tourism is one of the largest high-profitable and most dynamic sector of the economy. Tourism's turnover is the second in the world after the trade in oil and oil products. Tourism, along with other types of economic, cultural, social, scientific and technical relations of countries, is an important factor in strengthening mutual trust and makes a significant contribution to solving such problems as maintaining peace, strengthening the country's prestige, and friendly relations between states. Tourist exchange contributes development of cultural, political, economic cooperation between countries; it is an important component of service exports for many countries; it increases employment rates; creates prerequisites for joining relatively poor regions and countries in the international division of labor. Tourism refers to the kind of human's activity, which history begins long before the civilized society's origin. There are such elements of people's activities in each historical era, which fall under the category of tourism. In less than 400 years, travel and tourism have evolved from a pastime activity that only wealthy people could afford, into a huge industry that is a major participant in world trade. In many countries, it is the income from tourism that forms the bulk of foreign currency earnings. For many countries, tourism makes huge profits [1].

Tourism plays a big role in modern society. The importance of tourism in the lives of people, regions, states and in international life today can not be overestimated. Currently tourism is a dynamically developing area of the global economy. It took shape at the end of the 19th century, and it received intensive development only in the second half of the 20th century in the period of rapid development of technology, public relations, for what he began to be called "the phenomenon of the

XX century". Today, tourism is a powerful global industry, producing up to 10% of the global gross product, in which huge masses of workers, fixed assets are involved, and large capital has been attracted. This is a big business, big money and a serious global policy. As tourism develops, it becomes necessary to accommodate guests in comfortable hotels, the hotel services market is growing.

The main task of hospitality is to serve tourists during their stay outside their permanent residence. The hotel service is the activity of the enterprise in providing the consumer with a room and accommodating a guest in it for a temporary stay in a hotel, as well as other services related to the arrangement and temporary residence. The hotel industry as a type of economic activity includes the provision of hotel services and organization of short-term stays in hotels, campgrounds, motels, school and student dormitories, guest houses, etc., for a fee. Services include restaurants. Hotel services are subject to all the main characteristics that make them related to tourist services and services in general. But they have their own specifics [2].

— Non-simultaneous production and consumption processes.

In regard to the range of services provided at the hotel, such general characteristic of services as simultaneity and the inseparable nature of production and consumption processes does not fully operate. Separate hotel services are not related with the presence of a client. For example, cleaning and preparing a room for sale does not coincide with the place and time of the sale of the room at reception service and direct settlement of the client.

— Limited storage capacity.

The complex of hotel services cannot be saved for further sale. If the hotel room is not sold on the current day, it cannot be sold additionally during this day. All losses and lost profits in this case fall either on the hotel or on the tour operator who has booked a block of rooms and refused the whole block or part of it due to various circumstances.

— Urgent nature of hotel services.

The specificity of hotel enterprises is that customer service should be fast. This factor is the most significant when choosing a hotel. The time of the provision of a number of hotel services is measured even by seconds. In particular, the fastest service offered by the hotel in the city of Tokyo, in which the maximum time required to service a guest at the reception is limited to 45 seconds. In most other hotels, it takes 10-15 minutes to perform similar operations.

— Wide participation of staff in the production process.

The human factor and its significant impact leads to variability in the quality of services, their uniqueness, even within the same enterprise. In this regard, service standards have been developed and are being improved - a set of required customer service rules, which are designed to guarantee the established quality level of all operations performed.

— The standard defines the criteria by which the level of customer service and the activities of staff of any service of a hotel enterprise are evaluated.

Such criteria, for example, may include the following: the time of answering a call about receiving information or booking; registration time in the placement service; time spent on the provision of a particular service; appearance and uniform; knowledge of foreign languages by service personnel.

— The seasonal nature of the demand for hotel services.

The hotel services market is characterized by fluctuations in demand depending on the time of year, since the majority of tourists rest during the summer months, as well as the days of the week — business travelers are accommodated at the hotel on weekdays, which greatly affects hotel utilization.

— The interdependence of hotel services and the purpose of the trip.

The decision of a guest to visit a certain place is usually not based on the factor of the presence of a particular hotel in this place, but is taken for entirely different reasons: the opportunity to have fun, relax, play sports, take therapeutic baths. The person planning their trip during the holidays, first selects a certain place of visit - a country, region or city. Only after that will he proceed to the selection of a suitable hotel enterprise or other means of accommodation. However, if the hotel is visited by a tourist again, then the issue of accommodation can be resolved in advance. Today, the global hotel chain can satisfy every person with his own taste.

Список используемой литературы:

1. Кусков А.С. Основы туризма., 2010.
2. Волков Ю.В. Технология гостиничного обслуживания., 2005.

К. С. Дзюбло

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НАЦІОНАЛЬНИЙ ЗАПОВІДНИК «ХЕРСОНЕС ТАВРІЙСЬКИЙ» - ВАЖЛИВИЙ ТУРИСТСЬКИЙ РЕСУРС ПЕРСПЕКТИВНИХ ПОДОРОЖЕЙ ДО КРИМУ

Національний заповідник «Херсонес Таврійський» є одним з найвидатніших археологічно-архітектурних комплексів, що характеризує майже двотисячолітню історію взаємодії античної та візантійської цивілізацій зі світом Південно-Східної Європи (таврами, скіфами, сарматами, готами, Хозарським каганатом і Київською Руссю). Пам'ятки Херсонесу зосереджені на Гераклеїському півострові південно-західної частини Криму в територіальних межах Севастополя.

Витоки заповідника сягають XIX ст. і, перш за все, пов'язані з вивченням стародавніх пам'яток. У 1827 р. на території Херсонеського городища розпочалися перші археологічні пошуки, наукові дослідження – у 1853 р. В цей період до розкопок долучилося Одеське товариство історії та старожитностей і 1892 р. було засновано Херсонеський музей, який мав назву «склад місцевих старожитностей». У 1925 р. його реорганізували і почав діяти Херсонеський державний історико-археологічний музей, який здійснював регулярні розкопки городища. На його базі постановою Ради міністрів УРСР від 31.01.1978 № 77 створили Державний історико-археологічний заповідник з окремими відділами-філіями: «Гераклеїські клери», «Фортеця Чембало» в Балаклаві та «Фортеця Каламіта» в Інкермані. Постановою Кабінету Міністрів України від 08.02.1994 № 77 заповідник було передано до загальнодержавної власності та підпорядковано Міністерству культури України, а указом Президента України від 11.10.1994 № 587/94 йому було надано статус національного. До складу заповідника входять п'ять археологічних комплексів (городище, фортеці, некрополь, античні земельні наділи і садиби) і одинадцять пам'яток архітектури, а також науковий архів і бібліотека, в яких зберігаються раритетні видання й рукописи, пов'язані з дослідженнями історичних пам'яток.

Історія Херсонесу нараховує більше ніж двадцять століть безперервного існування. Засноване місто було як одна з давньогрецьких колоній. З того часу збереглися оборонні стіни, і хоча вони вціліли лише наполовину від початкової висоти, досі вражають своєю неприступністю. Зберігся і античний театр з кам'яними лавами для глядачів, побудований у III ст. до н. е. Своєрідним символом Херсонесу є середньовічний храм з колонадою – «Базиліка 1935 року». Його назва умовна, дана за роком відкриття під час розкопок під керівництвом археолога Г. Д. Белова.

У II ст. до н. е. місто підпадає під владу Боспорського царства, через століття набуває впливу Римської імперії, а після її розпаду стає частиною Візантії. У IV-VIII ст. відбувся процес християнізації, який відзначився будівництвом православних храмів. І сьогодні над Херсонеським городищем возвеличується відновлений (з 1990-х років) Володимирський собор. Його було збудовано у XIX ст. на місці середньовічного хрестоподібного храму на честь Київського князя Володимира, який в ньому прийняв хрещення. Архітектор Д. І. Грімм спроектував будівлю двоповерховою. Перший поверх займала церква Різдва Пресвятої Богородиці, а другий – церква Святого Володимира. Собор було зруйновано під час Другої світової війни.

Херсонес відіграв важливу роль у становленні християнства на українських землях. У 1032 р. Київський князь Ярослав Мудрий запросив херсонеських ченців, щоб вони на південних кордонах Давньоруської держави почали будувати церкви, засновувати монастирі,

а навкруг них – нові міста. Так, на берегах швидкоплинної річки Рось з'явився і Корсунь, який отримав слов'янську назву Херсонесу. Сьогодні – це районний центр Черкаської області Корсунь-Шевченківський.

Отже, пам'ятки національного заповідника «Херсонес Таврійський» поглиблюють знання про історію України і мають важливе значення для впровадження перспективних туристських маршрутів до Криму.

Список використаної літератури:

1. Беликов О. М. Україна. Всё, что стоит увидеть / О. М. Беликов. – Харьков : Библекс, 2009. – 272 с., ил.
2. Енциклопедія історії України / НАН України, Ін-т історії України ; редкол. : В. А. Смолій (голова) та ін. – К. : Наукова думка, 2005. – Т. 10. – С. 376–378
3. Івченко А. Вся Україна / А. Івченко. – К. : Картографія, 2005. – 650 с.

Науковий керівник: доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, к. і. н., доцент Костюкова О. М.

А. В. Журавльова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

АНАЛІЗ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ В КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Готельно-ресторанна сфера як одна з високорентабельних галузей світової економіки, у ХХІ ст. стає провідним напрямом економічного та соціального розвитку України.

Готельне господарство - частина соціальної інфраструктури регіону, яка створює сприятливі умови для руху, облаштування населення. Без розвинутого готельного господарства неможливий розвиток туризму, ділових стосунків, вдосконалення виробничих відносин[1].

Україна, зокрема, Київ та Київська область має великий туристичний потенціал завдяки унікальному географічному. Сприятливі кліматичні умови, наявність численних водних об'єктів, а також джерел мінеральних вод, багатство культурно-історичних пам'яток і визначають роль Київщини як важливого рекреаційного регіону. Столичний регіон України – це привабливий туристичний центр, туристична інфраструктура якого вносить вагому долю в економіку міста.

Київ є центром різних видів туризму. В 2017 році найбільше іноземних туристів приїхало до української столиці з метою відпочинку (169,422 тис. чол.), з діловою метою Київ відвідали 78,665 тис. іноземців, з метою оздоровлення – 23,478 тис. іноземців[2].

Готельне господарство, його структура та можливості забезпечити різноманітні запити туристів є важливим фактором, що створює передумови для розвитку туризму в регіоні. Структуру колективних засобів розміщення в Київській області наведено в табл. 1

Таблиця 1

Колективні засоби розміщення у 2011-2017 роках [4]

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Кількість колективних засобів розміщення	142	134	170	164	158	176	162
Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення	56	57	93	89	87	114	111
Кількість спеціалізованих засобів розміщення	86	77	77	75	71	62	51

Аналіз даних наведених в таблиці 1 свідчить, що спостерігається стійка тенденція до зменшення їхньої кількості. Наявна готельна база регіону використовується недостатньо ефективно, так середній коефіцієнт використання місткості колективних засобів розміщення в 2017 році склав 0,19. Окремі показники діяльності колективних засобів розміщення наведено в табл.2.

Окремі показники діяльності колективних засобів розміщення в Київській області [4]

Область	Колективні засоби розміщення		У тому числі		Середня місткість	
	Усього, од.	у %до загальної кількості	готелі та аналогічні засоби розміщення	спеціалізовані засоби розміщення	готелі та аналогічні засоби розміщення	спеціалізовані засоби розміщення
Київська:						
Юридичні особи	107	5,2	59	48	69,0	156,9
Фізичні особи-підприємці	55	2,7	52	3	24,5	47,3

В структурі готельного господарства Київської області налічується 83 готелі та 7 мотелів[4].

Отже аналіз структури колективних засобів розміщення в Київській області та окремих показників їх діяльності показав, що ринкові умови, в яких працюють готельні підприємства виявили недоліки у розвитку матеріально-технічної бази, що призвело до значного зменшення коефіцієнта завантаженості місткості та закриттю окремих типів підприємств.

У загальному вигляді матеріальна база колективних засобів не відповідає рівню потреб населення, відстає в технічному, організаційному та культурному відношеннях. Готелі, що використовуються в сучасних умовах, побудовані в минулі часи, за застарілими проектами, в ті часи, коли готельному господарству не приділялась серйозна увага, а готелі не задовольняли потребам населення. Нові готелі з широким спектром послуг будуються виключно в Києві.

Список використаної літератури:

1. Стратегія економічного та соціального розвитку м. Києва на період до 2015 року, схвалена розпорядженням Київської міської державної адміністрації від 29.11.2004 р. № 2168.
2. Програма соціально-економічного розвитку м. Києва на 2017 рік..
3. Київ 2012: туристична карта Києва і все про відпочинок у Києві [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kyiv.virtual.ua>
4. Колективні засоби розміщення в Україні у 2017 році. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2018/zb/05/zb_kzr_2017.pdf

Науковий керівник: старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Бутенко Л.Ю.

М. Р. Зелінська

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НАЦІОНАЛЬНІ СТРАВИ ЧЕРКАЩИНИ

Ідея утворення Черкаської області вперше була обговорена на засіданні президії ЦККПУ 28 грудня 1953 року. Головним мотивом утворення нової області було те, що велика відстань окремих південних районів Київської області від обласного центру (по залізниці складає 200 – 325 км) ускладнювала управління та обслуговування промисловості і сільського господарства. На засіданні президії ЦККПУ запропонували 20 південних районів Київщини, 6 районів Полтавської області, 2 Кіровоградської і 1 Вінницької об'єднати в один. Запропоновані райони за своїми економічними, природними і кліматичними умовами були однорідними, провідною культурою в сільському господарстві був цукровий буряк. 7 січня

1954 року було видано Указ Президії Верховної Ради СРСР «Про утворення у складі Української РСР Черкаської області». З утворенням області тут виникли і почали розвиватися нові галузі – хімічна, текстильна, машинобудівна, приладобудівна. В сільськогосподарському секторі економіки провідне місце посідає вирощування зернових культур, цукрових буряків та багатогалузеве тваринництво.

Разом з промисловістю розвивалось і ресторанне господарство. Це зумовлено зростанням потреби зайнятого населення й гостей в організованому харчуванні в недомашніх умовах. Примножуючи традиції національної кухні, ресторани заклади є своєрідним іміджевим свідченням гостинної культури Черкащини, вільного розвитку нації та її добробуту. Черкаський край славиться чималою кількістю смачних традиційних страв. «Укрінформ» створив гастрономічну карту України, де кожна з областей представлена особливою стравою і коронною стравою на Черкащині було визнано борщ і пампушки з часником. Не зважаючи на це, варто приділити увагу і іншим традиційним стравам Черкаської області, які мають походження саме з цього регіону. До таких страв належать:

Гречаники із шкварками

Для приготування необхідно: борошно гречане – 60 г., борошно пшеничне – 10 г., цукор – 3 г., сода – 0,05 г., жир свинячий – 10 г. Для шкварок: сало -36 г., цибуля – 48. Вихід страви – 160/50 г.

Брезоль по-городисненськи

Для приготування необхідно: яловичина – 65 г., сало – 14 г., вода – 8 г., мука – 10 г., яйце – 10 г., маргарин – 5 г., масло – 5 г. Гарнір №778 – 150 г. Вихід страви – 255 г.

Котлета «Задніпряна»

Для приготування необхідно: яловичина – 90 г., сало – 10 г., яйце – 4 г. Для фаршу: гриби сушені – 13 г., цибуля – 22 г., маргарин – 5 г., яйце – 4 г., борошно – 10 г., маргарин – 7 г. Гарнір №800 – 150 г. Вихід страви – 280 г.

Ковбаски рибні по-маньківськи

Для приготування необхідно: риба хек – 60 г., рис – 50 г., цибуля – 10 г., сало шпик – 10 г., панірувальні сухарі – 10 г., яйце – 10 г., жир – 10 г. Гарнір №785 – 150 г. Соус – 50 г. Вихід страви – 330 г.

Вареники гречані з сиром запечені в горщиках

Для приготування необхідно: борошно гречане – 60 г., вода – 20 г., цукор – 2 г., яйце – 4 г. Для фаршу: сир – 100 г., цукор – 10 г., яйце – 4 г., масло – 20 г., сметана – 20 г. Вихід страви – 240 г.

Котлета по-черкаськи

Для приготування необхідно: м'ясо кролика – 58 г., свинячий жир – 50 г., масло – 20 г., маргарин – 10., яйце – 1 шт., хліб – 2 г., борошно – 5 г. Гарнір - жарена картопля – 150 г. Вихід страви – 150 г.

Крученики по-михайлівськи

Для приготування необхідно: свинина – 110 г., сало свиняче – 27 г., сало топлоне – 7 г., цибуля – 29 г., борошно пшеничне – 5 г., жир свинячий – 5 г., масло – 5 г., спеції за смаком. Вихід страви - 100/25.

Спробувати українську кухню можна в кожному районі Черкащини. В обласному центрі не так багато ресторанів, які пропонують традиційне українське меню. Наприклад Корчма «Тарас Бульба» пропонує фірмові настоянки власного виробництва: хріновуха, варенуха та інші. Крім традиційного борщу, тут можна замовити домашній бульйон із півня, борщ зелений, юшку з коропа та форелі. Із гарячих страв можна обрати деруни, галушки з цибулею, домашні ковбаси або кров'янку, а на десерт поласувати варениками з сиром чи вишнею або сирниками зі сметаною. В ресторані “Чумацький шлях” можна скуштувати бограч, гречку зі шкварками, деруни, закуски “Задоволення козака” з рулетів, черевця, домашньої ковбаси та хрину. Ресторан “Колиба” є етно-ресторацією, що запрошує гостей спробувати традиційну гуцульську страву банош, вареники з капустою, картоплею або м'ясом, деруни із домашньою ковбаскою, ячня зі шкварками, річкова риба – товстолоб. В ресторації “Рушничок” можна

скуштувати капуста, юшку з риби, котлету по-київськи, смаженого коропа. Також в меню є язик з хрінном, гречка зі шкварками, деруни. На десерт можна замовити вареники з вишнею, полуницею або сиром. Варенична “Балувана Галя” пропонує відвідувачам черкаські страви, які готують за авторськими рецептами. В меню є настоянки та узвар власного виробництва. Тут ви можете замовити голубці, зрази з м'ясом, котлети зі щуки. Окрім звичних вареників, можна скуштувати вареники з сиром сулугуні та помідорами, копченою куркою та картоплею.

Черкащина багата закладами ресторанного господарства, де представлені різні кухні народів світу з великим різноманіттям страв. Незважаючи на те, що з'являється багато нових цікавих закладів ресторанного господарства, важливо зберегти традиції саме українських національних страв, бо любов до рідної кухні у кожного українця в крові.

Список використаної літератури:

1. Черкаська обласна організація Національної спілки краєзнавців України: Утворення Черкаської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nsku.ck.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=28:2010-12-21-14-18-44&catid=25:2010-12-21-14-14-53&Itemid=2
2. Архипов В. В. Організація ресторанного господарства / В. В. Архипов., - К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2007. – 280 с.
3. In.ck.ua. Ти в Черкасах: Будьмо: 6 ресторанів української кухні в Черкасах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://in.ck.ua/ua/miscya/budmo-6-restoraniv-ukrainskoi-kuhni-v-cherkasah>

Науковий керівник: старший викладач Босецька Н. Г.

Ismaylova Narmin Samir

Azerbaijan Tourism and Management University

HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS IN TOURISM

The hotel and restaurant business is an industry with a very high level of competition. The purpose of this industry is to satisfy the needs of the client, that is, the consumer. It may be household or business requests. The requirements of customers themselves are growing every year. The higher the comfort, the higher the image of the restaurant or hotel. With the growth of comfort and image of a hotel or restaurant, the interest of tourists to this place is growing. The main task of all professionals and workers in the field of tourism is the improvement of technologies, the introduction of new methods of work, constant control, the efforts of all workers, the introduction of experience and methods of quality service.

Students studying this specialty study the specifics of this industry and the process of managing service enterprises. The service sector includes hotel and restaurant complexes, transport and communications organizations, entertainment and recreation enterprises, medical directions, and so on.

Hotel and restaurant business is a very promising specialty at this time. Every year the need for workers in this area increases. With the growing need for personnel, the number of jobs in this business is growing.

Restaurant business and hotel business as a promising industry is also the main source of income in the country. In order to develop this sphere and increase the income and the arrival of currency in the country, it is worth thinking about implementing new projects and promoting tourism.

The tourist flow is increasing annually, new tourist products are being developed, tourist infrastructure facilities are being built and restored, and yesterday non-attractive regions and localities are becoming popular tourist destinations thanks to the competent use of tourist potential. Tourism services are constantly evolving, traditional types of tourism are developing, new types of tourism, such as rural, ecological, event and others, are emerging and are gaining popularity, attracting more and more people to tourism and making this type of activity more in demand. There are many functions of tourism, such as: wellness, cognitive, educational, sociable, meeting the need for a change of impressions, meeting the need for changing the place of stay, providing economic benefits and services in accordance with the requirements of the tourist, promotes rational use of people's free

time, increases employment and improving the living standards of the local population, enriches the socio-economic infrastructure and interregional cooperation countries and peoples.

The hotel industry, as an integral element of the tourism industry, not only contributes to the fulfillment of the above-listed functions of tourism, but also creates prerequisites for their development and enrichment. The development of hotel enterprises largely determines the availability of tourist resources, which is especially important for some categories of the population, such as people with disabilities, pensioners, young people, low-income families, etc. The hotel industry as a type of economic activity includes the provision of hotel services and the organization of short-term accommodation in hotels, campgrounds, motels, school and student dormitories, guest houses, etc. The main segments of the hotel sector are: chain hotels, mini-hotels, apartment-hotels, boutique hotels, hostels, condohotels, departmental hotels, motels, hotels at airports, service apartments.

The hotel business attracts entrepreneurs for many reasons: relatively small start-up investments, growing demand for tourist services, a high level of profitability and, accordingly, an average payback period. Over the past 3 years, thanks to the increasing flow of tourists, the global hotel business is experiencing real growth - hotel loading and accommodation costs have increased markedly, hotel companies have expanded their presence around the world. The Russian hotel industry, which by world standards is poorly developed, is also growing rapidly.

It is increasingly possible to meet with the opinion of specialists that the hotel business is one of the most attractive and profitable in terms of investments, along with the business in the field of Internet and IT technologies.

Thus, the hotel business is one of the main components of the development of both internal and external tourism, the psychological aspects of tourism, such as satisfaction with a trip and a high assessment of the organization of tourists' stay in a particular country, depend on the quality of service of services. There are many approaches to the segmentation and classification of hotels, some of which do not fully characterize the modern hotel market or contradict each other, therefore for the further development of the hotel business, its new types and forms, it is necessary to improve the legislative framework that takes into account the specifics of functioning of all forms of the hotel business.

Bibliography:

1. Fedorov R. G. Hotel business as a component of the modern tourism industry // Young scientist. - 2013.
2. <https://abiturients.info/ru/oblast-znaniy-new/24-sfera-obslyuzhivaniya/241-gostinichno-restorannoe-delo>

Научный руководитель: заведующая кафедрой «Маркетинг»,
доцент Годжаева Эльмира М.

К.Ю. Кожечка, В.І. Новикова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СПЕЦИФІКА ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМУ, ЙОГО ПІДВИДИ

Велосипедний туризм передбачає подолання маршруту активним способом, покладаючись лише на свої власні сили, реалізуючи вміння і навички їзди на велосипеді. Під час велоподорожей туристи знайомляться з природою, культурою, історією країни. Вони дають їх учасникам фізичне і моральне задоволення, сприяють зміцненню і нормалізації здоров'я (м'язова система ніг, дихальна і серцево-судинна системи організму), духовному збагаченню, чудово знімають стресові навантаження.

У велосипедному туризмі, де велосипед слугує головним або єдиним засобом пересування, маршрути прокладаються з можливістю повнішого використання переваг цього транспортного засобу – швидкого їх проходження. Велосипедний туризм, з одного боку, сприймається як вид активного відпочинку, з іншого – як різновид спортивного туризму, коли учасники отримують спортивні розряди і звання [1].

Велосипедний туризм має ряд переваг над іншими видами туристської діяльності, йому притаманні специфічні риси (за матеріалами [3–6] з доповненнями автора):

- більш висока швидкість пересування і нижча стомлюваність, ширші можливості при виборі маршруту у порівнянні з пішохідним туризмом; велика інтенсивність руху дозволяє велотуристу побачити значно більше, ніж пішохіднику;

- якщо інші види туризму обмежені у виборі району (у гірський похід не можна ходити на рівнинній місцевості, у водний – у пустелі), то велосипедні походи можуть проходити практично в будь-якій місцевості, для них доступні майже всі райони: пустелі, тундри, степи, гори;

- на велосипеді можна проїхати практично по будь-якій дорозі, по стежці і просто по рівному ґрунту, з ним можна перелізти через глибокий яр, долати піски, кам'яністі гірські стежки й осипи, переходити вброд річки;

- дозволяє долати дуже великі відстані з можливістю оглядати визначні місця на маршруті та гармонійно співіснувати з природою; лише в авто- і мототуризмі відстані більше, але при цьому є обмеження у виборі дороги можливостями транспортного засобу;

- висока швидкість забезпечує швидку зміну вражень; у велосипедному поході можна один день пробиватися через сніг серед високих вершин, на наступний – засмагати біля теплого моря, потім йти крізь густий ліс, через численні броди, а через два дні – їхати по сухій напівпустелі; за день залежно від темпу руху, погоди, стану дороги і наявності перешкод велотуристи проїжджають від 40 до 120 км, а при попутному вітрі – від 45 до 140 км;

- характерні динамічні походи із різними перешкодами; на велосипеді можна дістатися до будь-яких місць, куди зазвичай на машині або мотоциклі проїхати неможливо через погану дорогу, а пішки дійти досить складно через їх віддаленість;

- у велопоходах, на відміну від пішохідних, не доводиться переносити на собі спорядження, адже весь вантаж кріпиться на велосипеді;

- доступний людям будь-якого віку, адже навантаження в ньому легко дозуються;

- багатосезонний вид туризму: у велопоходи можна виїздити влітку, весною і восени;

- в екологічному відношенні велосипед є найбільш чистим видом транспорту; просуваючись у природному середовищі вже накатаними місцевими дорогами, велотуристи найменше впливають на природу.

Велотуристи через використання у пересуванні транспортний засіб – велосипед – є учасниками дорожнього руху, а тому зобов'язані підкорятися його правилам. Серед великої кількості різновидів велосипедів у туризмі переважно використовуються туристський і гірський. Туристські велосипеди (інша назва – туринги, англ. touring), призначені для тривалих поїздок як дорогами без твердого покриття, так і у місті, міцні та зручні, здатні перевозити багаж, мають широкий діапазон передач. Відрізняються більш масивною рамою, наявністю освітлювальних електроприладів, крил і багажника; мають більш високу посадку велосипедиста; шини 1,3/4–1,5/8" (дюйми); кермо часто пряме, іноді має форму горизонтальної «вісімки». Гірські велосипеди (інша назва – маунтінбайки, англ. mountainbike, МТВ, від англ. mountain «гора» + bike «велосипед» = «гірський велосипед»), призначені для їзди бездоріжжям, міцні та приземкуваті. Для протистояння раптовій тряскі передбачено посилене розширене пряме або з «ріжками» кермо, де виставлений механізм перемикання швидкостей (від 16 до 30 передач). Вони мають дуже міцні рами, потужні колеса діаметром 26" (559 мм), широкі шини (1,85–2,5") з високим протектором, амортизаційну вилку переднього колеса, жорстку або амортизовану підвіску заднього колеса, гідравлічні або механічні дискові гальма та ін. [1, 2].

Велосипедний туризм як популярний вид активної рекреаційної діяльності має багато різновидів. За тривалістю велопоходи бувають: одноденний (не передбачає ночівлі; як правило, виїзд – рано вранці, повернення – ввечері того ж дня); похід вихідного дня (з однією ночівлею; як правило, виїзд – у суботу вранці, повернення – у неділю ввечері); багатоденний (тривалістю у кілька днів, із відповідною кількістю ночівель); тривалий (тривалістю до кількох місяців та з маршрутом по кількох регіонах, країнах). Подорожі на велосипедах за складністю

варіюються від нескладних безпечних маршрутів до екстремальних велотурів по трасах підвищеної складності у важкодоступних місцевостях (гори, пустелі) [1, 2]. Залежно від мети виокремлюють такі підвиди велосипедного туризму (табл. 1).

Таблиця 1

Підвиди велосипедного туризму (за матеріалами [3, 5])

Підвид велотуризму	Тривалість	Мета	Технічна характеристика
спортивний велотуризм	багатоденні	найбільш захоплююча сфера велосипедного туризму, що вимагає повної віддачі фізичних і моральних сил	швидкий темп – похід на спортивно-туристичних і спортивних велосипедах на відстань не менше 80 км із швидкістю руху не менше 20–25 км/год.
класичний (традиційний) велосипедний туризм	одноденні, багатоденні	маршрут може бути різної протяжності і практично в будь-якому регіоні	середній темп – похід для велотуристів на всіх типах велосипедів на відстань не більше 100 км із швидкістю руху по рівній дорозі не менше 15 км і не більше 20–25 км/год.
екскурсійно-оздоровча велоїзда	одноденні, багатоденні	складається з вечірніх велопрогулянок і походів у вихідні дні на природу	повільний темп – поїздка на велосипедах всіх типів на відстань до 60 км із швидкістю руху по рівній дорозі 10–15 км/год.
велосипедні подорожі у віддалені, важкодоступні райони	багатоденні	завжди ризиковані, особливо взимку – будь-яка незначна подія або нетяжке захворювання, абсолютно безпечно в околицях великих міст, може становити серйозну загрозу у безлюдних місцях	швидкий темп – похід на спортивно-туристичних і спортивних велосипедах на відстань не менше 80 км із швидкістю руху не менше 20–25 км/год.
спортивно-пізнавальний велотуризм	багатоденні	дальні веломандри країною та за кордон; передбачається огляд визначних пам'яток, цікавих у природному або історичному відношенні місць	швидкий темп – похід на спортивно-туристичних і спортивних велосипедах на відстань не менше 80 км із швидкістю руху не менше 20–25 км/год.
агітаційні історико-патріотичні велопробіги і велоходи	одноденні, багатоденні	велопоходи, що супроводжується оглядом пам'яток, які пов'язані з історією держави	середній темп – похід для велотуристів на всіх типах велосипедів на відстань не більше 100 км із швидкістю руху по рівній дорозі не менше 15 км і не більше 20–25 км/год.

Список використаної літератури:

1. Бейдик О.О. Різновиди активних форм туризму і рекреаційних занять по сферах Землі / О.О. Бейдик, В.І. Новикова // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : матер. III Всеукр. Інтернет-конф. (17 травня 2018 р., м. Черкаси). – Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2018. – С. 81–90.
2. Велосипедний туризм // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Велосипедний_туризм.
3. Гуревич И. Велосипед и путешествия / И. Гуревич, А. Вишнеvский, А. Рассукованный. – СПб. : Компьютербург, 2004. – 532 с.
4. Жданович О.В. Велосипедний туризм : метод. посіб. / О.В. Джанович. – Ужгород : Закарпатський Центр туризму, краєзнавства, екскурсій та спорту учнівської молоді, 2010. – 37 с.
5. Онучин А.А. Велотуризм / А.А. Онучин. – М. : Мехнат, 1990. – 250 с.
6. Полищук Д.А. На прогулку с велосипедом / Д.А. Полищук. – К. : Здоровья, 1998. – 403 с.

ПЛЯЖІ ЯК ОСНОВНІ РЕСУРСИ КУПАЛЬНО-ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМУ, ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

Купально-пляжний відпочинок є одним з найбільш популярних у світі. Три чверті туристів бажають проводити відпустку поблизу води. Найбільш привабливими залишаються морські узбережжя як складова формули пасивного відпочинку, відомої під назвою «три S»: «море – сонце – пляж» («Sea – Sun – Sand»). Для 70% туристів, які прибувають до Іспанії, Греції, Таїланду, Австралії і ряду інших країн, основним мотивом є відпочинок біля моря. Для острівних держав і територій (Кіпр, Гаваї, Куба, Бермуди, Мальдіви та ін.) купально-пляжний відпочинок іноземних туристів став вельми прибутковою галуззю господарства. Виділяють три найважливіші світові регіони, що спеціалізуються на цьому виді туристської діяльності: Середземномор'я – абсолютний лідер (до 100 млн прибуттів на рік); Карибський басейн – другий за значенням регіон (до 20 млн прибуттів); акваторія Великих Зондських островів (Індонезія) – третій за значенням регіон (понад 10 млн прибуттів) [5].

На здійснення купально-пляжного туризму впливають такі природні чинники [6]:

- рельєф (переважно рівнинний, біля моря – наявність височин або гір);
- клімат (тривалість безморозного періоду від 180 до 240 днів, тривалість купального сезону більше 90 днів, тривалість сонячного сяйва до 300 днів, середньорічний атмосферний тиск близько 760 мм ртутного стовпчика, відносна вологість повітря 40–60%);
- наявність водного середовища (океани, моря, затоки, річки, озера тощо), має відповідати екологічним нормам;
- територія, призначена для купально-пляжного туризму повинна бути розташована переважно на приморських узбережжях та острівних територіях;
- наявність різноманітної флори та фауни, яка притаманна території;
- протяжність берегової лінії.

Для купально-пляжного туризму важливою ресурсно-рекреаційною основою є пляж – «відносно рівна поверхня берега водойми, утворена його денудацією під дією води і вітру; місце масового відпочинку, купання та прийому сонячних і повітряних ванн» [3]. Пляжі класифікуються за різними ознаками, серед яких (табл. 1).

Залежно від матеріалу поверхневого шару (переважно його розміру, виду гірської породи) пляжі поділяються на основні (кам'янистий, гальковий, піщаний, черепашковий) та комбіновані (піщано-гальковий, піщано-черепашковий) види, кожен із яких має свої особливості [4]:

– Кам'янисті пляжі являють собою нагромадження валунів, які при вході в море, як правило, покриті шаром мулу, що робить відпочинок на таких пляжах небезпечним і вкрай некомфортним. Подібні узбережжя розташовані зазвичай у скелястій місцевості, де біля самих берегів стоять величні гори, покриті багатоманітною рослинністю, тому такі місця наймовірно мальовничі. Часто кам'янисті береги просто покривають бетонними плитами, а для зручності входу в море споруджують понтони і сходи із плит. Такі пляжі більше підходять тим, хто вмє добре плавати.

– Поверхневий шар галькових пляжів складається з гальки – округлого каміння, що за розміром може бути великим (до 10 см), середнім або дрібним. Найкомфортніші пляжі цього типу – дрібно-галькові, оскільки розмір гальки тут можна порівняти із зернами гречки. Тому в таких місцях можна відпочивати майже, як на піску.

– Найрідкіснішим видом пляжів є піщано-черепашкові, які складаються з дрібних черепашок і піску, що утворився із зруйнованих хвилями раковин. На таких пляжах зустрічаються досить гострі зламані черепашки, тому тут, щоб не поранити ногу, босоніж краще не ходити.

– Поверхневий шар піщаних пляжів складається з піску, утворення якого відбувається через руйнування гірських порід під дією хвиль або текучих вод, тому піщинки мають округлу форму і за розміром можуть бути від 0,1 мм до 5 мм. Такий тип пляжів має пологий вхід у воду, і саме тому вони зручні і безпечні для дітей. Через свою популярність піщані пляжі у пік сезону зазвичай багатолюдні, а вода біля берегів не завжди відрізняється чистотою і прозорістю – пісок каламутить воду і зменшує видимість. Крім цього, дрібні піщинки потрапляють під одяг і взуття, що також викликає певні незручності.

Таблиця 1

Класифікація пляжів (за матеріалами [1, 5, 6])

Класифікаційна ознака	Вид пляжів
ступінь використання, доступність для населення, привабливість	<ul style="list-style-type: none"> – такий, що не використовується, важкодоступний, малопривабливий – такий, що мало використовується, середньо-доступний, малопривабливий – такий, що активно використовується, середньо-доступний, середньо-привабливий – такий, що активно використовується, легкодоступний, привабливий – такий, що середньо використовується, легкодоступний, малопривабливий – такий, що середньо використовується, легкодоступний, непривабливий – такий, що не використовується, недоступний (на території підприємств, військових частин, різних організацій і відомств), непривабливий
близькість до готелю	<ul style="list-style-type: none"> – такий, що розташований до готелю дуже близько (50–100 м) – такий, що розташований до готелю близько (200–400 м) – такий, що розташований до готелю далеко (700–1000 м) – такий, що розташований до готелю дуже далеко (більше 1 км)
вид водойми, на узбережжі яких знаходяться	<ul style="list-style-type: none"> – морський, океанічний – річковий – озерний – водосховищний, ставковий
впорядкованість, забезпеченість відповідним обладнанням	<ul style="list-style-type: none"> – «культурний» – впорядкований, забезпечений пляжним обладнанням (шезлонги, парасольки, кабінки для переодягання, туалети та ін.) – «дикий» – природа до певної міри зберігає свій первинний вигляд, невпорядкований, люди відчувають себе більш вільно
матеріал поверхневого шару	<ul style="list-style-type: none"> – кам'янистий – гальковий – піщаний – піщано-черепашковий – піщано-гальковий – черепашковий

Пісок, як правило, утворюється із гірської породи кварц, який зазвичай білого (світлого, у тому числі золотистого, жовто-сірого) кольору, тому білий (світлий) пісок на пляжі – це просто мінерал без домішок. Найбільш мальовничими пляжами визнаються білі і золотисті. При цьому райські пляжі з білосніжного дрібного піску знаходяться, як правило, на тропічних островах. Прикладом таких пляжів слугують узбережжя о. Пхукет (Таїланд), о. Закінф (Греція), Австралії (найбіліший пісок у світі на пляжі Хаймс), п-ва Флорида (США). На пляжах світу зустрічається пісок різних кольорів і розфарбування (за матеріалами [2]):

– чорний пісок має вулканічне походження, коли вивержена із жерла вулкана застигла лава завдяки морським хвилям перетворюється на піщинки (пляжі Пуналу на Гавайях (США), Перісса на о. Санторіні (Греція), Рейнісфьяра (Ісландія), Лафайет (Таїті), Плайя Негра (Пуерто-Ріко), Ловіна (Балі));

– зелений пісок – забарвлення надають кристали мінералу хризоліту, що входять до складу застиглої лави (пляжі Папаколеа на Гавайях і на о. Гуам);

– червоний (пурпурний) пісок утворився від перемішування із часточками морських водоростей на пляжі Паньцзінь у Китаї та завдяки окису заліза (або звичайної іржи) у породах г. Каукі, що знаходиться неподалік пляжу бухти Кайхалулу на гавайському острові Мауї;

– рожевий пісок – через часточки червоного планктону і коралів (пляжі Харбор-Айленд на Багамах, о. Елафоніс (Греція), у Коста-Ріці, на Барбадосі, Бермудах і бухті Субік на Філіппінах);

– пісок із фіолетовим відливом утворився у Центральній Каліфорнії на пляжі Пфайффер через вимивання часточок гранатової крихти із розташований неподалік пагорбів, багатих цим мінералом;

– райдужний пісок, який переливається 70 відтінками, можна побачити на о. Фрейзер в Австралії; різнокольорові мінерали із високим вмістом циркону, рутилу, ільменіту, ймовірно, утворились ще під час останнього льодовикового періоду – близько 26 тис. років тому.

Список використаної літератури:

1. Види пляжів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://travelportal.com.ua/vidi-plyazhiv/>.
2. Кольорові пляжі [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.eco-live.com.ua/content/blogs/kolorovi-plyazhi>.
3. Пляж // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Пляж>.
4. Пляжі океану [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://turistua.com/ru/articles/10-raiskikh-mest-na-plyazhakh-okeana/>.
5. Пляжний відпочинок [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.aelit.com.ua/index.php/letnij-otdykh-s-glavnoj-stranitsy>.
6. Пляжний туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrbukva.net/page,3,100025-Plyazhnyi-turizm.html>.

Науковий керівник: доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, к. геогр. н., доцент Новикова В.І.

В. Е. Міхаленко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У СФЕРІ ГОСТИННОСТІ

Сфера гостинності – перспективний напрямок бізнесу в Україні і завжди динамічно розвивається у світі. Підприємницька діяльність у сфері гостинності м.Черкаси також прибутковою і перспективною. Розглянемо це на прикладі ФОП Драгомир.

Підприємницька діяльність ФОП Драгомир в сфері гостинності стосується організації надання туристичних послуг у вигляді комплексних турів (горячих турів) та послуг розміщення туристів, які приїжджають до м.Черкаси.

Туристична агенція «Агентство Горящих Путівок» розташоване за адресою: м. Черкаси, вул.Митницька 10, офіс 49. Сайт - <http://hottour.ck.ua>.

Організаційно-правова форма підприємства – фізична-особа підприємець Драгомир Галина Георгіївна, власник підприємства – туристичної агенції на умовах ліцензійної угоди (франчайзингу). Власник здійснює загальне управління фірмою, укладання найважливіших угод, переговори, представництво фірми. Штат агенції – 3 особи (директор і 2 менеджера).

Агенція спеціалізується на продажі, так званих, «горячих» путівок, і фактично являється «стоковим магазином», де можна придбати якісні тури за дуже низькими цінами.

На сьогоднішній день в Україні під брендом «Мережа Агенцій Горящих Путівок» працює більше 117 агентств в 50 містах України, що роблять якісні та доступні туристичні продукти ближчими до туристів в усіх регіонах нашої країни. Постійне розширення географії Мережі свідчить про популярність концепції, оскільки територіальна доступність та гнучка цінова політика робить послуги агентств Мережі максимально привабливими для туристів.

«Агенція Горящих Путівок» належить до однієї з найбільших мереж туристичних агенцій України. Компанія заснована 1 квітня 1998 року (ліцензія АА № 781715 від 1.04.1998). Компанія успішно працює на туристичному ринку вже 13 років. Офіційний сайт - <http://www.hottour.com.ua>.

Зараз мережа «Агенцій Горящих Путівок» реалізує авторський проект «Бамбарбія» – on-line сервіс, який допомагає здійснювати продаж горящих путівок швидко й просто, за активним запитом туристів. Сутність проекту у тому, що туристи заздалегідь залишають на сайті тур фірми анкети-заявки які містять запит на тури. Туроператори, у свою чергу, формують Базу Турів. Далі система «БАМБАРБІЯ» автоматично шукає співпадіння між запитами туристів та пропозиціями туроператорів. Туристи отримують повідомлення (sms, e-mail, телефонний дзвінок) про те що тур за їх запитом знайдений, й звертаються до агенції, щоб придбати тури [1].

Перевагами мережі агенцій є: широкий асортимент якісного турпродукту – «всі тури в одному місці»; чартерні програми; квоти місць на регулярних і чартерних рейсах за всіма напрямками; квоти місць в готелях; зручна система on-line бронювання; «азартні» бонусні програми для туристів; професійно організовані інфотури і семінари; турагентство працює тільки з перевіреними операторами, країнами, напрямками, курортами, готелями; доступні ціни; агенція надає якісні послуги, а у випадку виникнення проблем, робить все можливе для їх усунення, у протилежному випадку – компенсує вартість недоотриманих послуг; підприємство постійно проводить акційні програми та пропонує знижки постійним клієнтам.

Розглядаючи економічні результати діяльності підприємства проаналізуємо показники продажу. Аналіз продажів підприємства за 2016-2017 роки ілюструє таблиці 1.

Динаміка обсягу продажу за місяцями свідчить, що найбільші обсяги припадають на зимовий і літній періоди і виражену сезонність попиту на тупродукти – «гарячі тури».

Таблиця 1.

Обсяги продажу підприємства за напрямками

Напрямок	Фактичний обсяг продажу, тис. грн		Зміна обсяг продажу	
	2016	2017	Абс.відх, (+,-)	Віднос.відх (%)
Єгипет	202100	295850	-93750	146,4
Туреччина	214400	185500	-28900	86,5
Чехія	38400	75900	+375500	197,6
Україна	140000	130800	-9200	93,4
Польща	40800	195050	+154250	478,06
Греція	145800	164500	+18700	112,8
Франція	140000	238000	+98000	170
Болгарія	117600	86400	-31200	73,5
Швейцарія	178600	163200	-15400	91,4
Італія	139200	102860	-36340	73,9
Ізраїль	81000	185250	+104250	228,7
Німеччина	160000	186900	+26900	116,8
Разом	1597900	2010210	+412310	125,8

Проведений аналіз показників продажу турпродуктів свідчить про стабільну роботу підприємства в цьому напрямку бізнесу.

Засобом розміщення в гостинному бізнесі ФОП Драгомир є Апартаменти Драгомир – стильні апартаменти у центрі міста Черкаси. Сайт - <https://dragomir-apartments.com>. З 15 грудня 2014 Dragomir Apartments - приймає гостей Booking.com. Основний сегмент споживачів молоді або сімейні пари.

Комплекс апартаментів "Драгомир" розташований в Черкасах. В комплексі гостям пропонують індивідуально мебльовані апартаменти та номери-студію з кондиціонерами (рис. 1). Кожен номер унікальний – Прованс, Лондон, Балі, Love is... [2].

Гостям надається безкоштовний Wi-Fi. Усі апартаменти та номери-студію мають кухню з мікрохвильовою піччю і холодильником та оснащені телевізором з плоским екраном і кабельними каналами. Окремі ванні кімнати з душем укомплектовано феном. До послуг гостей безкоштовна автостоянка.

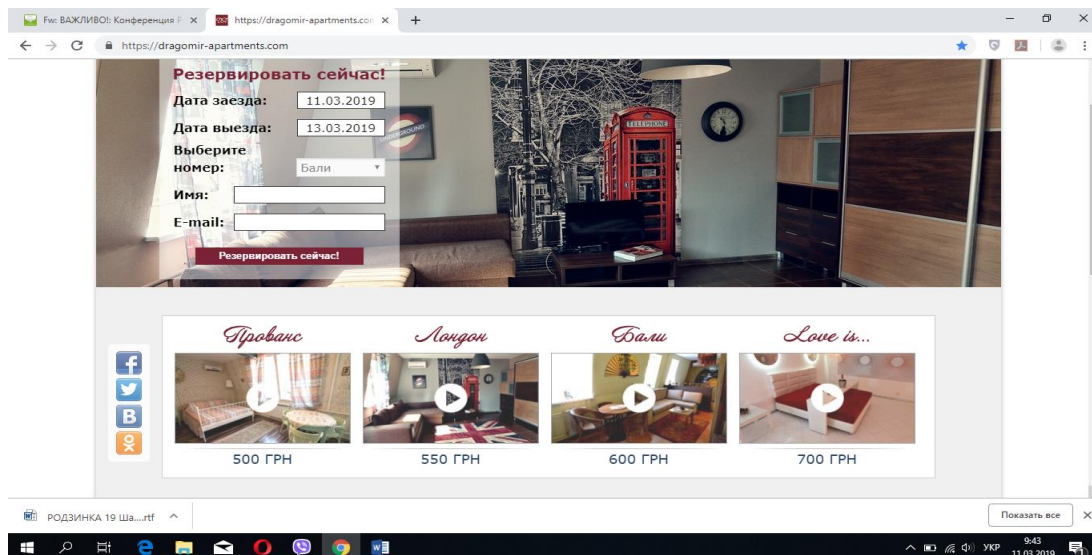


Рис.1. Сторінка сайту «Dragomir Apartments»

Сьогодні апартamenti користуються великою популярністю серед туристів оскільки мають ряд прекрасних особливостей і переваг: затишні номери і «домашня атмосфера» всього закладу; невелика кількість постояльців, що дозволяє з особливою увагою ставитися до індивідуальних побажань кожного з них; невисока ціна в порівнянні із звичайними готелями; різноманітність місць розташування (у центрі міста, на окраїнах, біля станцій метро або крупних транспортних розв'язок, в крупних торговельно-розважальних центрах, у приміській смузі, вздовж автомагістралей, на узбережжях морів, у гірській місцевості, у мальовничій сільській місцевості); сучасний ремонт; концептуальність (особливо це стосується іміджевих міні-готелів, назва і оформлення інтер'єру яких пов'язуються спільною ідеєю).

Сьогодні апартamenti і міні-готелі, і це також стосується і Апартментів Драгомир, мають популярність не тільки серед туристів [3]. Вони можуть використовуватися як тимчасове житло бізнесменами під час відрядження, абітурієнтами під час вступних іспитів у ВУЗи та на період підготовки документів на поселення у гуртожиток, місцевими жителями на час проведення ремонту у власній квартирі, під час святкування весіль, корпоративів і т.п.

Список використаної літератури:

1. Сайт «Сеть агенств горящих путевок» - <http://hottour.ck.ua>
2. Сайт Dragomir Apartments. - <https://dragomir-apartments.com>
3. Малиновська О.Ю. Міні-готелі в Україні // Географія та туризм - 2012. - Вип. 23. - С. 57-62. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2012_23_12.

Науковий керівник: доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи, к.е.н., доцент Дроботова М. В.

Ю.М. Пискун

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

**СТАН РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ
У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ**

Сучасний туризм стає глобальним чинником розвитку цивілізації, однією зі складових економіки, соціальної сфери, духовної культури. Процеси, що відбуваються в туристичній індустрії світу, позначилися і на розвитку туризму в Україні. В законі України «Про туризм» держава визначає туризм як одну з пріоритетних сфер розвитку національної культури й економіки. Таке визначення стало актуальним для розвитку та популярності культурно-пізнавального туризму.

Теоретико-методологічні аспекти розвитку туризму протягом останніх років активно досліджують українські та зарубіжні фахівці. Серед них В. Пазенок, В. Федорченко, С. Горський, М. Цюрупа. У своїх працях вони розглядають туризм як явище культури і чинник духовного розвитку особистості, виявляють світоглядні аспекти туризму.

Культурно-пізнавальний туризм є одним із засобів інформування громадян про інші регіони України та світу. Цей вид туризму охоплює відвідини визначних історичних, культурних або географічних місць. Основна мета таких мандрівок – ознайомлення з пам'ятками історії, архітектури, мистецтва, природними та етнічними особливостями, сучасним життям народу тощо. Туризм відіграє важливу роль в осмисленні власної ідентичності, у відродженні локальних традицій. Для молоді особливо важливим є усвідомлення історико-культурного значення здобутків власної країни, гордості за неї. Вперше поняття "культурно-пізнавальний туризм" офіційно на міжнародному рівні використано в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики у 1982 р.

Основною умовою розвитку культурно-пізнавального туризму є історичний та культурний потенціал країни (регіону, області), рівень забезпечення доступу до нього, а також побутові умови проживання туристів. В Україні культурно-пізнавальний туризм може розвиватися у кількох різновидах: фестивальний (фольклорний) туризм, туризм народних ремесел і мистецтв, гастрономічний туризм (національної кухні), релігійний туризм, історико-культурний пізнавальний туризм, сільський туризм (туризм побуту етнічних груп), етнічний туризм тощо.

Культурно-пізнавальний туризм являє собою складний багатопрофільний вид діяльності, в який крім традиційних складових інфраструктур туризму (таких як туроператори, готелі, авіаперевізники, автотранспортні підприємства, що спеціалізуються на обслуговуванні туристів) залучені й інші організації і підприємства сфери послуг. Невід'ємною частиною культурно-пізнавального туризму є автентичні підприємства громадського харчування та привабливі для деяких туристів художні галереї та антикварні магазини, музеї [2].

Вінницька область – стратегічно важливий культурний, політичний та економічний регіон України, який водночас може стати одним з найбільших туристично-відпочинковим центром України. Важливою складовою рекреаційного потенціалу області є її суспільно-географічне положення. Крім цього, в області на державному обліку перебувають 4307 пам'яток культурної спадщини, а саме: 1739 – археології; 1893 – історії; 526 – містобудування та архітектури; 101 – монументального мистецтва; 47 – садово-паркового мистецтва; 1 – ландшафтна.

Туристичний характер Вінницької обл. визначається такими особливостями: зручне та вигідне географічно-транспортне розташування, оскільки знаходиться в центрі країни; національно-етнічна особливість регіону, яка відображається у своєрідній етнографічній культурі; площа території дає змогу влаштовувати туристичні поїздки в межах 1-2 діб з урахування виїзду в сусідні області.

Важливими об'єктами культурно-пізнавального туризму у Вінницькій області є численні та різноманітні історико-культурні пам'ятки: археології, історії, архітектури, мистецтва, а також палацово-паркові ансамблі, музеї та картинні галереї.

Вінниччина має усі передумови для інтенсивного розвитку культурно-пізнавального туризму. Основними туристичними об'єктами Вінниччини є: фонтан ROSHEN; Національний музей-садиба М.І. Пирогова (у 2017 році його відвідали майже 145 тис. екскурсантів, з них 1274 - іноземні туристи з 71 країни світу); Вінницький обласний краєзнавчий музей (у 2017 році відвідало близько 207 тис. туристів); Історико-меморіальний комплекс пам'яті жертв фашизму (ставка Гітлера «Вервольф» - у 2017 році відвідало 10 тис. туристів, з них близько 1 тис. іноземних), Палац Потоцьких у м. Тульчин; Державний історико-культурний заповідник «Буша» (у 2017 році відвідало 35 тис. вітчизняних та іноземних туристів); Лядівський Свято-Усікновенський скельний чоловічий монастир та Браїлівський Свято-Троїцький жіночий монастир [1].

В умовах сьогодення культурно-пізнавальний туризм набуває все більшої популярності, він приваблює людей різних вікових категорій, які прагнуть отримати нові знання і яскраві враження. Вінниччина, маючи всі передумови для розвитку культурно-пізнавального туризму, може претендувати на звання одного з центрів пізнання української культури.

Список використаної літератури:

1. Левицька І.В. Інфраструктура забезпечення розвитку туризму у Вінницькій області /І.В. Левицька, В.В. Завальнюк //Молодий вчений. – 2015. - № 2 (2). С. 140-144.

2.Талалай В.В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні /В.В. Талалай. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Інновації та науковий потенціал світу». – Вінниця: Видавництво-друкарня «Діло». – 2015. – С.18-20.

Науковий керівник: професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, д.е.н., професор Пасека С.Р.

А. Ю. Сабадаш

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

УКРАЇНСЬКА НАЦІОНАЛЬНА КУХНЯ, ЇЇ ЗВИЧАЇ ТА ТРАДИЦІЇ

Українці – привітний і гостинний народ, який вміє нагодувати так, щоб щедрий стіл запам'ятався, змусив повернутися або спонукав гостей приготувати національні страви у себе вдома. Народна кухня — це така ж культурна спадщина українського народу, як мова, література чи мистецтво. Українська кухня складалася протягом віків і з давніх часів відрізнялася різноманітністю страв, високими смаковими і поживними якостями.

Страви, які обожнюють всі українці

Сало

Соковите і апетитне, сало є одним із найбільш калорійних м'ясних продуктів. При цьому хоча б кілька скибочок лікарі рекомендують включати в свій раціон навіть тим, хто ревно стежить за своєю вагою. Вся справа в унікальному наборі корисних речовин, що містяться в ньому.

Холодець

Це – одна з найкращих українських страв, яку можна спробувати. Він трохи гострий, з часником і без желатину.

Голубці

Традиційно голубці готують з використанням фаршу з яловичини, змішаного з рисом. Проте начинку можна вибрати, виходячи зі своїх смакових переваг.

Вареники

Вареники – улюблена домашня борошняна страва у наших регіонах. Вареники бувають дуже різними, і їх вигляд, смак і консистенцію багато в чому визначає тісто, з якого вони виготовлені.

Червоний борщ

Справжній український борщ у вас вийде, якщо ви маєте в своєму арсеналі свіжі смачні продукти. Вам знадобляться м'ясо, капуста, картопля, буряк, морква, томатна паста, сало, часник, цибуля, зелень, сіль, перець. Також – квасоля, якщо ви вирішили приготувати борщ український з квасолею, і мука для галушок, якщо запланований український борщ з галушками.

Не секрет, що українська кухня популярна у всьому світі. Українська національна кухня відображає характер нашого народу: вона щедра й любить всього побільше. Особливості української кухні, це широке використання свинини, таких овочів, як помідори, баклажани, цибуля, виробів з пшеничного борошна. Щедре сонце країни і добрі звичаї місцевих кулінарів зробили свою справу.

Список використаної літератури:

1.Туристична бібліотека –все про туризм [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://pidruchniki.com>

Науковий керівник: старший викладач Босецька Н. Г.

В.В. Салтикова, В.І. Новикова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ДАЙВІНГ: СУТНІСТЬ, ВИДИ, НЕОБХІДНІ УМОВИ

Взяте з англійської мови слово «дайвінг» (англ. «diving», з англ. «to dive» «пірнати») означає просто «пірнання» і використовується для опису підводного плавання із спорядженням (англ. «scuba diving» «скуба-дайвінг») або без нього (англ. «free diving» «фрі-дайвінг»), водолазної справи (англ. «hookah diving») і просто стрибків у воду. Коли йдеться про дайвінг, пересічні громадяни сприймають його саме як підводне плавання з аквалангом (хоча правильно – скуба-дайвінг), але ні в якому разі – як водолазну справу або просто стрибки у воду. Зазвичай, і фрі-дайвінг (з англ. «free» «вільно» + «diving» «пірнання» = «вільне пірнання») – підводне плавання без будь-якого дихального пристосування або спеціального спорядження для забезпечення організму киснем, тільки на затримці дихання, що дозволяє перебувати під водою кілька хвилин, – більшість не відносить до класичного дайвінгу [2–4].

Якщо не брати до уваги спортивний дайвінг, який відноситься до категорії «підводного спорту», та професійний дайвінг (види робіт професіоналів під водою у водолазному спорядженні за винагороду), то у дайвінгу, як рекреаційному занятті й однієї із форм підводного плавання, коли пірнальник (дайвер) використовує певні технічні засоби для дихання під водою, можна виділити такі види [1–4]: 1) рекреаційний дайвінг (англ. «recreational scuba diving») – найпростіше підводне плавання, здійснюване заради відпочинку і розваг; 2) технічний дайвінг – складне с позиції технічного забезпечення занурення, здійснюване на великі глибини та/або тривалий час занурення, й/або у складних умовах.

Кожен із цих видів дайвінгу використовується у рекреаційній діяльності конкретної групи дайверів, яких за підготовленістю до занурень і технічною оснащеністю можна поділити на: любителів (аматорів) і професіоналів.

Відповідно рекреаційний дайвінг, відмітними особливостями якого є простота підготовки у короткі строки (хоча для занять ним за кордоном потрібен сертифікат однієї з міжнародних систем, наприклад CMAS, PADI, SSI, NAUI), максимум безпеки і мінімум спорядження, розрахований передусім на любителів (аматорів). Через свою технічну та підготовчу нескладність аматорський (любительський) дайвінг є загальнодоступною захоплюючою розвагою без суттєвих фізичних і вікових обмежень пірнальників.

Мета рекреаційного дайвінгу – отримання задоволення від перебування у водному середовищі (хвилююче та незабутнє відчуття невагомості, ілюзія ширяння над безоднею, можливість рухатися у будь-якому напрямі), знайомство з підводним світом, споглядання та спостереження за морською флорою та фауною та ін. Тому серед рекреаційних ресурсів, які приваблюють більшість аматорів-дайверів поринути у підводний світ: корали (природні та штучні, здорові та відмерлі), дивовижний рослинний (підводні сади, типові для конкретної акваторії рослинні організми, унікальні представники флори) і тваринний світ (традиційні для конкретної акваторії тварини, риби, молюски та ін., рідкісні й унікальні представники фауни), підводні пам'ятки (археологічні, затонулі та затоплені об'єкти), підводні музеї (створені під водою колекції).

Сприятливими природними умовами для здійснення рекреаційного дайвінгу є:

– мілководдя, адже занурення відбувається на глибину не більше 40 м і бажано, щоб було видно дно водойми;

– вода комфортної температури: оптимальною для пересування у водному середовищі вважається температура води від +17°C...+20°C до +24°C...+27°C;

– хороша видимість у воді: може бути від декількох сантиметрів до десятків метрів (на практиці не перевищує 60 м); залежить від сезону (пори року), часу доби, погоди, складу дна, наявності планктону та ін.;

– відсутність сильних течій, що можуть далеко віднести плавця від місця занурення.

Технічний же скуба-дайвінг, характерними особливостями якого є використання ізольованого дихального апарату замкнутого або напівзамкнутого циклу, де в балонах знаходяться збагачені киснем спеціальні дихальні суміші (найтрокс, трімікс, геліюкс), і здійснення декомпресійних зупинок (під час підймання дайвера влаштовуються на визначеній глибині та на визначений час для видалення з організму розчинених газів), бо занурення відбувається на глибину більше 40 м (за межі зони денного світла), орієнтований у першу чергу на професіоналів підводного плавання, які пройшли складну спеціальну фізичну та психологічну підготовку. Основною метою технічного дайвінгу є дослідження та пізнання підводного світу великих глибин, при цьому перевірити свою стійкість і сміливість, заглядаючи безодні в очі. Різновидами технічного дайвінгу є [1–5]:

– кейв-дайвінг (англ. «cave diving», з англ. «save» «печера») або спелеодайвінг – дуже складний вид підводного плавання, який полягає у проходженні печер і порожнин під водою, зануренні через карстові озера в печерні гrotти; підводні печери різні: зазвичай вони просторі і після невеликого підводного переходу можна підніматися на поверхню в різних місцях (званих «повітряними кишнями»), більшість є цілком доступними (вода не холодніше +20°C, видимість до 100 м) із казковими формуваннями сталактитів і сталагмітів, унікальними ендемічними створіннями (наприклад, рибами, що світяться); складність полягає у тому, що: 1) глибина занурення може досягати 70–80 м, а до дна деяких доводиться просуватися кілька діб, долаючи перешкоди у вигляді глибоких колодязів, вузькостей і завалів; 2) часто є надголовне середовище (перепона, перешкода), що унеможливує швидке «пряме» спливання на поверхню;

– айс-дайвінг (англ. «ice diving», з англ. «ice» «лід») або підлідний дайвінг – занурення взимку під лід, що вимагає спеціальних навичок і витривалості; складність полягає у тому, що: 1) занурення відбувається у водне середовище із досить низькими температурами, небезпечними для життя людини, тому необхідне спеціальне спорядження: неледяніючі регулятори, мотузки, страхувальні канати, переговорні пристрої, але передусім – «сухий» гідрокостюм, який не пропускає воду до тіла і дозволяє використовувати додаткові нижні шари одягу (термобілизна або теплий одяг); 2) всюди присутня надголовна перепона (лід), що виключає швидке «пряме» спливання на поверхню, адже вхід у воду, а відповідно і вихід із неї можливий лише через зроблену у льоді лунку;

– рек-дайвінг (англ. «wreck diving», з англ. «wreck» «аварія») – занурення, при якому проводиться спуск на затонулі об'єкти; на відміну від «корабельної аварії» (рос. «кораблекрушение») «реком» може бути все, що завгодно: затонулий або спеціально затоплений човен, автомобіль, літак, вертоліт та ін.; реки, що давно лежать на морському дні, обростають коралами, заселяються численними мешканцями й являють собою надзвичайно мальовничі штучні рифи; можливі три варіанти рек-дайвінгу: 1) без проникнення в об'єкт; 2) з обмеженим проникненням в об'єкт; 3) із повним проникненням в об'єкт; залежно від специфіки кожного із занурень індивідуально підбирається спорядження й обладнання; найбільш небезпечним є третій варіант, коли дайвер потрапляє всередину затонулого об'єкта;

– дрейф-дайвінг (англ. «drift diving», з англ. «drift» «дрейф») або дрейф-дайвінг – занурення в районі, де є досить сильна течія; рухаючись у течії, можна економити свої сили і запас повітря, при цьому милуючись красою навколишнього водного середовища; за відчуттями такий дайвінг наближений до польотів; небезпека полягає у тому, що потік води може швидко і непомітно понести дайверів у відкрите море, а це загрожує загибеллю, тому обов'язково необхідно мати команду забезпечення на швидкохідному човні, мати уявлення про напрям течії у місці занурення, мати в наявності буй.

Список використаної літератури:

1. Бейдик О.О. Різновиди активних форм туризму і рекреаційних занять по сферах Землі / О.О. Бейдик, В.І. Новикова // Рекреаційні ресурси та послуги гостинності в регіонах України : матер. III Всеукр. Інтернет-конф. (17 травня 2018 р., м. Черкаси). – Черкаси : Ю.А. Чабаненко, 2018. – С. 81–90.
2. Дайвінг // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Дайвінг>.
3. Дайвінг-словарь [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://artex.com.ua/deili-daiwing-na-krasnom-more-dlya-sertificirovannyh-daiverov/daiwing-slovar:19-15190-3/>
4. Дайвінг // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/Дайвінг>.
5. Новикова В.І. Види дайвінг-туризму та його розвиток в Україні / В.І. Новикова, В.В. Салтикова // Туризм і гостинність: стан, проблеми, перспективи : матер. IV Міжнар. наук.-практ. конф. (18–19 жовтня 2018 р., м. Черкаси). – Черкаси : Вид-ць О.М. Третьяков, 2018. – С. 234–237.

Я. В. Снісаревська

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРОГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

Зелений туризм є однією з високоприбуткових галузей світової економіки. Він посідає важливе місце серед факторів соціального і культурного розвитку, підтримання рівня й якості життя в країні [3].

Агротуризм - це діяльність сільського населення, що пов'язана із сільським середовищем, сільським будинком і заняттями, що ставлять в центр уваги природу і людину і не має шкідливого впливу на оточуюче природне та культурне середовище, на відміну від масового туризму, і у той же час, робить істотний внесок у регіональний розвиток.

Розрізняють дві базові форми агротуризму: винаймання помешкання з обслуговуванням безпосередньо в межах домогосподарства або розміщення на нічліг із самообслуговуванням на землях, що належать до домогосподарства, наприклад у кемпінгах та наметах. В агротуризм і домогосподарство (фермерське господарство) становить одночасно нічліжну базу та головний предмет інтересу для туриста [1].

Україна має надзвичайно великий туристично-рекреаційний потенціал. Майже 15% території – це зони для відпочинку, гірські та приморські ландшафти, придніпровські зелені зони, де чисті ріки, повітря, гори. Проте за даними Статистичного збірника Державної служби статистики України, станом на 2017 р. в структурі готельної бази України відсутні агроготелі (табл.1), тому слід звернути увагу на доцільність розвитку даного виду засобів розміщення[3].

Таблиця 1

Статистичні дані колективних засобів розміщення України за 2017р. [2]

	Кількість КЗР, од	Кількість осіб, що перебували в закладах, осіб	Середньооблікова кількість штатних працівників, осіб	Доходи від наданих послуг (без ПДВ, акцизів і аналогічних платежів), тис. грн
Колективні засоби розміщення, усього	4115	6661177	68338	12683950,0
у тому числі Готелі та аналогічні засоби розміщення, усього	2474	5135164	25760	8629300,6
з них готелі	1704	4395846	22836	8184373,7
мотелі	137	110699	439	49661,5
хостели	36	44498	109	16114,8
кемпінги	12	7814	32	3845,4
агроготелі	-	-	-	-
гуртожитки для приїжджих	84	192308	732	64048,2

Вагомим кроком до розвитку агротельної бази України є функціонування обладнаних садиб в сільській місцевості. Найбільша кількість агроосель зосереджена у Карпатському регіоні України, зокрема 81,17% садиб від загальної кількості знаходяться в Івано-Франківській області, 4,24% садиб розташовані в Чернівецькій області, а 3,71% фізичних осіб - підприємців, які надають послуги сільського зеленого туризму зареєстровані у Львівській області (табл. 2) [2].

Таблиця 2

Статистичні дані розвитку садиб за областями в Україні за 2017р. [2]

	Кількість садиб, од	Кількість осіб, що перебували у закладах, осіб
Україна	377	82570
Вінницька	1	35
Волинська	2	3050
Дніпропетровська	1	265
Закарпатська	8	488
Івано-Франківська	306	55096
Кіровоградська	2	1669
Львівська	14	2797
Миколаївська	4	881
Одеська	3	1672
Полтавська	1	15
Тернопільська	6	4088
Хмельницька	6	3797
Черкаська	4	728
Чернівецька	16	6974
Чернігівська	3	1015

Для надання можливості оцінити сучасний стан агротуризму, окреслити перспективи його розвитку в Україні та попередити виникнення можливих проблем, було розроблено SWOT-аналіз стану цього виду діяльності (табл. 3).

Таблиця 3

SWOT-аналіз агротуризму в Україні

Фактори, що впливають на діяльність підприємства	Позитивні	Негативні
Внутрішні	(S) Сильні сторони: 1. Переважно чисте довкілля. 2. Багата флора та фауна, мальовничі краєвиди. 3. Велика кількість історико-культурних пам'яток. 4. Збережені національні традиції. 5. Гостинність населення. 6. Велика кількість приватних садиб. 7. Невелика ціна на проживання та харчування.	(W) Слабкі сторони: 1. Низька якість умов проживання. 2. Проблеми з водопостачанням. 3. Недостатня обізнаність населення в даному виді відпочинку. 4. Незнання господарями іноземних мов. 5. Непривабливий імідж України в очах іноземців у зв'язку з АТО. 6. Погано розвинена мережа електронного резервування. 7. Недостатньо розвинута інфраструктура.

Фактори, що впливають на діяльність підприємства	Позитивні	Негативні
Зовнішні	(О) Можливості: 1. Збільшення доходів та зайнятості сільського населення. 2. Покращення умов життя в українських селах. 3. Формування позитивного іміджу України у світі. 4. Покращення інфраструктури сіл. 5. Збереження історико-культурних пам'яток.	(Т) Перешкоди: 1. Відсутність категоризації знижує якість нічліжних умов. 2. Політичний імідж країни не сприяє притоку іноземних інвестицій. 3. Безробіття в країні підвищує рівень злочинності і тим самим відлякує туристів.

Отже проаналізувавши вищевикладене можна зробити висновок, що Україна має значний потенціал розвитку агротуристичного бізнесу, що дає можливість вирішити соціально-економічні проблеми українського села, втримати наявні трудові ресурси зменшити міграційні процеси, підвищити рівень життя сільського населення, що в свою чергу сприятиме підвищенню рівня добробуту, розвитку інфраструктури українського села та підвищенню його іміджу.

Для подальшого розвитку зеленого туризму в Україні необхідно створити єдину нормативно-правову базу, яка б контролювала дану сферу послуг, провести категоризацію баз відпочинку, побудувати агроготелі, розробити заходи, які б стимулювали відпочиваючих збільшити тривалість свого перебування в сільських садибах та агроготелях, створити інформаційні центри у великих містах, які б інформували населення про власників агроосель, кон'юнктуру цін та задовольняли всі інформаційні потреби туристів.

Список використаної літератури:

1. Волошенко С.С. Науковий вісник Ужгородського університету. - 2011. Серія Економіка. Спецвипуск 33. Частина 3.
2. Державна служба статистики України // Колективні засоби розміщування в Україні у 2017 році // Статистичний збірник.
3. Розвиток зеленого туризму – пріоритетне завдання для України. – 2017. Дідик Н.В. студентка факультету міжнародних економічних відносин Ужгородського національного університету; Варшава О.В. магістр економічного факультету Ужгородського національного університету.

Науковий керівник: старший викладач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Бутенко Л.Ю.

А. М. Трачук, В. І. Новикова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ, ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА РЕСУРСНОЇ БАЗИ

Сучасні туристи стають все більш вимогливими до змістовного наповнення придбаних турів. Пляжний відпочинок, прогулянки історичними центрами міст перестають бути основним і єдиним заняттям туристів. Традиційні тури доповнюються новими видами занять, які вимагають залучення нових видів ресурсів. З часом ці рекреаційні заняття стають самостійними, а інколи й самодостатніми видами туризму.

Саме так трапилось із послугами харчування, надаваними різними установами і приватними особами приймаючих населених пунктів. Здавня знайомство з особливостями приготування їжі й її споживання у різних народів вважалось для подорожуючих дієвим засобом пізнання національних особливостей, культури і традицій. Сучасних туристів цікавить можливість не тільки продегустувати страви національної кухні, приготовані з найсвіжіших продуктів самими носіями тієї чи іншої національної культури, пізнати їхні регіональні відмінності, але й відвідати ресторани високої кухні, концептуальні ресторани, познайомитися з традиційними чи сучасними технологіями вирощування сільськогосподарської сировини й отримання з неї продуктів [1].

Гастрономічний туризм, як спеціалізований вид рекреаційної діяльності, пов'язаний з історією, технологією та культурою споживання національних страв і продуктів, навчанням і підвищенням рівня професійних знань у сфері кулінарії, має ряд переваг, які суттєво вирізняють його серед інших видів туристської діяльності, адже він (за матеріалами [3, 5] з доповненнями автора):

- складову «харчування туристів», що зазвичай як обов'язковий елемент входить до будь-якого туру, сприймає як головний мотив, основну мету такої подорожі;

- не носить сезонного характеру, бо для будь-якої пори року можна підібрати відповідний тур;

- популяризує національні (місцеві) кулінарні традиції, знайомить з укладами матеріальної культури народу, елементами його фольклору і традиційними способами виробництва продуктів харчування;

- може розвиватися будь-де, бо відповідні умови та необхідні рекреаційні ресурси мають абсолютно всі країни та регіони;

- допомагає ознайомленню з технологіями вирощування певної сільськогосподарської сировини й отримання з неї продуктів, інколи ексклюзивних, які прославили той чи інший регіон або місцевість;

- сприяє просуванню місцевих господарств і виробників продовольчих товарів;

- популяризує місцеві інфраструктурні об'єкти туризму (заклади харчування, дегустаційні зали, винні погреби, спеціалізовані заклади торгівлі, готелі з ресторанами національної кухні тощо).

У гастрономічному туризмі беруть участь такі групи подорожуючих осіб (за матеріалами [2, 4] з доповненнями автора):

- бажаючі заглибитися в культуру країни або регіону за допомогою вивчення національної (місцевої) кухні;

- ті, що шукають альтернативу звичайному (традиційному) туризму;

- гурмани, здатні подорожувати в інші регіони та країни заради задоволення своїх вишуканих кулінарних смаків і витонченості у представленні естетично обдуманих страв;

- бажаючі внести різноманітність до свого раціону;

- ті, чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі; для навчання та отримання професійних навичок (кухарі, сомельє, ресторатори, дегустатори, блогери);

- представники туристських компаній, зацікавлені в організації власних гастротурів.

Виділяють такі різновиди гастрономічних турів (за матеріалами [2, 3] з доповненнями автора):

- ресторанный тур – подорож щодо відвідування найвідоміших і популярних ресторанів із високою якістю, ексклюзивністю кухні, національним спрямуванням;

- тур сільською місцевістю – перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації її кухні та продуктів, які виробляють у цьому регіоні; може включати деякі сільськогосподарські роботи;

- тур із гастрономічною тематикою – відвідування гастрономічних фестивалів, виставок, ярмарків, шоу та ін.; унікальна можливість спробувати різноманіття страв і продуктів в одному місці; наприклад, у вересні можна відвідати устричний фестиваль в Ірландії, на початку жовтня – Октоберфест у Німеччині, у липні – свято Божоле Нуво у Франції і Сан Фермін в Іспанії;

– екскурсійний тур для гурманів – подорож із дегустацією страв і напоїв, під час яких не лише розказують про особливості місцевої кухні, але і демонструють технологію приготування страв і продуктів;

– освітній тур – подорож із метою навчання у спеціальних закладах кулінарного профілю, відвідування курсів і майстер-класів;

– комбінований тур – подорож із поєднанням рис кількох попередніх видів турів.

Рекреаційними ресурсами гастрономічного туризму можуть виступати складові сфери ресторанного бізнесу, зокрема (за матеріалами [5] з доповненнями автора):

1) заклади ресторанного господарства, варті окремого відвідування:

а) відзначені зірками визнаного кулінарного гіда Мішлен (Michelin Red Guide) та інших ресторанних рейтингів (Zagat, Le Pudlo, Gaultmillau, Lebey і Le Bottin Gourmand);

б) відомі високою авторською кухнею завдяки визнаним шеф-кухарям, таким, як Ален Дюкасс, Гордон Рамзі, Джеймі Олівер, Хестон Блюменталь, Нобуюкі Нобу Мацухіса, які є власниками багатьох ресторанів, у тому числі відзначених зірками Мішлен;

в) мають унікальну концепцію, місце розташування, неповторний колорит (наприклад, ресторан The Red Sea Star (Ейлат, Ізраїль), який знаходиться на глибині 6 м під водою і з'єднується з берегом 70-метровим мостом, ресторан Gajumaru (о. Окінава, Японія) розміщується серед гілок дерева баньян на висоті 6 м над землею та інші, у тому числі етноресторани;

г) визнані кращими у світі за версією престижних фахових видань (зокрема, британського журналу «Restaurant»), очолюють ресторанный рейтингів списки (наприклад, трендового й актуального сучасного рейтингу – San Pellegrino's 50 Best Restaurants);

д) пропонують специфічний асортимент страв в оригінальній презентації (наприклад, у ресторані Noma (Данія, м. Копенгаген), крім іншого, подають мох, лишайник і кістковий мозок; винний льох ресторану El Celler de Can Roca (Іспанія, Жерона Каталонія) налічує близько 60 тис. пляшок вина);

е) розраховані на вузьке коло споживачів, об'єднаних певними інтересами, ідеями та ін., наприклад, пошановувачі нетрадиційної кулінарії тощо;

2) гастрономічні фестивалі (у тому числі вуличної їжі), під час яких презентуються заклади ресторанного господарства різного кулінарного спрямування;

3) професійні конкурси (фестивалі) серед фахівців ресторанного бізнесу, зокрема, кухарів, кондитерів, пекарів, баристів, барменів, вітольє (фумільє), фахівців з карвінгу та ін.

Список використаної літератури:

1. Алешугіна Н.О. Можливості розвитку гастрономічного туризму в Чернігівській області / Н.О. Алешугіна, П.Ф. Коваль // Наук. вісн. ЧДІЕУ. – 2014. – № 2 (22). – С. 50–53.

2. Батман В.С. Тенденції кулінарного туризму в світі та в Україні / В.С. Батман // Сучасні технології управління туристичним та готельно-ресторанним бізнесом : матер. X Всеукр. наук.-практ. конфер. (м. Маріуполь, 28 вересня 2018 р.). – Маріуполь : МДУ, 2018. – С. 70–71.

3. Вишневська Г.Г. Потенціал кулінарних турів у контексті спеціалізованого туризму / Г.Г. Вишневська // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. – 2013. – Вип. 31. – С. 112–118.

4. Кукліна Т.С. Гастрономічний туризм на туристичному ринку України / Т.С. Кукліна [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sworld.com.ua/konfer30/682.pdf>.

5. Расулова А.М. Потенціал ресторанного бізнесу у розвитку гастрономічного туризму України / А.М. Расулова // Економіка та держава. – 2015. – № 5. – С. 78–83.

А. Ф. Трохименко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КАТЕРИНОПІЛЬСЬКИЙ РАЙОН ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ: РЕСУРСНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ

Катеринопільський район, як адміністративно-територіальна одиниця, сформований у 1923 р. і підпорядкований Уманській окрузі Київської губернії. У 1962 р. його розформовано, а у сучасних територіальних межах його відновлено у 1966 р. [3].

До ресурсно-рекреаційного потенціалу території відносимо всі ресурси рекреаційної дії (об'єкти, події, явища, властивості тощо), що використовуються або можуть бути використані у туристсько-екскурсійній діяльності. Вони можуть бути як природного, так і антропогенного походження.

Природна складова ресурсно-рекреаційного потенціалу Катеринопільщини представлена річками Велика Вись, Гнилий Тікич і Шполка, 35 ставками загальною площею водного дзеркала 200 га, лісами (дуб, сосна, липа, граб, ясен, клен) площею 5,6 тис. га. До об'єктів природно-заповідного фонду місцевого значення на території району належать Кайтанівський ботанічний, де під пологом дубового лісу віком близько 100 років росте конвалія лікарська, Великоვისький комплексний, Тікицький ентомологічний заказники; парк-пам'ятка садово-паркового мистецтва у с. Мокра Калигірка, заснований у XVIII ст.; три підземні джерела, які живлять р. Гнилий Тікич, у Гринівському урочищі поблизу с. Гуляйполе [3, 4].

Антропогенна складова ресурсно-рекреаційного потенціалу може бути представлена археологічними, архітектурними, історичними пам'ятками, біосоціальними (пов'язаними із видатними особистостями) ресурсами, пам'ятниками, музеями.

У с. Мокра Калигірка виявлено залишки поселення доби міді, у с. Бродецьке – поселення трипільської і черняхівської культур, у селах Вербоivecь та Ямпіль, поблизу Єрок та с. Розсохуватка – поселення трипільської культури, у с. Новоселиця – 6 курганів скіфського часу, поблизу с. Пальчик – поселення трипільської культури та кургани доби бронзи, поблизу с. Ярошівка – сарматське поховання [4].

Цікавим, на нашу думку, є такий археологічний об'єкт, як трипільський кам'яний бик у с. Кайтанівка, де у VIII–VII ст. до н. е. (за версією археологів) було язичницьке (культове) святилище, духовний центр аріїв. Схожі пам'ятки знайдено в Іспанії (їм не більше 2 тис. років), Португалії (вік датують IV–I ст. до н. е.) [1].

Неперехідну цінність мають історичні споруди – архітектурні пам'ятки. Найбільш давньою з них є Свято-Дмитрівська однокупольна церква у с. Залізничці, збудована у 1773 р. З 1885 р. збереглася п'ятикупольна церква Іоанна Богослова у с. Суха Калигірка (у 1997 р. реставрована за сприяння народного депутата України В.П. Гетьмана) [3, 4] (табл. 1).

Таблиця 1

Архітектурні пам'ятки Катеринопільського району (за матеріалами [5])

Назва	Матеріал	Рік зведення	Населений пункт	Значення (статус)
Церква Св. Дмитрія (Покрови Богородиці)	дерев'яна	1773	сmt Єрки (с. Залізничка)	національне
Церква Іоанна Богослова	дерев'яна	1885	с. Суха Калигірка	місцеве
Церква Покрова Богородиці	дерев'яна	1873	с. Мокра Калигірка	щойно виявлена
Управління цукрозаводу	мурована	1862	с. Киселівка	місцеве
Залізничний вокзал	мурована	1891	сmt Єрки	місцеве
Залізнична лікарня	мурована	1891	сmt Єрки	щойно виявлена
Водонапірна башта	мурована	1891	сmt Єрки	щойно виявлена

Серед видатних уродженців Катеринопільщини [4, 5]:

– дисидент, державний діяч, літературний критик, публіцист, діяч українського руху опору, Герой України В. Чорновіл (сmt Єрки);

– брати: літературний критик, історик літератури, український громадсько-політичний і державний діяч, публіцист, один із творців української журналістики, дійсний член Наукового товариства ім. Т. Шевченка у Львові, академік Української академії наук і віцепрезидент Всеукраїнської академії наук Сергій Єфремов; літературознавець Петро Єфремов; педагог, громадський діяч Федір Єфремов (с. Пальчик);

– вчений-енциклопедист, письменник, журналіст М. Філіппов (с. Вікнине);

- український поет-неокласик, літературознавець, перекладач з французької, латинської та російської мов, педагог П. Филипович (с. Кайтанівка);
- літературознавець, фольклорист, член-кореспондент АН УРСР М. Сиваченко (с. Ямпіль);
- лікар-педіатр П. Гудзенко (с. Гончариха);
- фахівець у галузі кістково-гнійної хірургії М. Панченко (с. Потоки);
- фахівець у галузі дитячої хірургії Василь Рибальченко (с. Ромейкове);
- фахівець у галузі управління суден А. Мальцев (с. Ямпіль);
- біолог, біофізик Володимир Рибальченко (с. Кайтанівка);
- історик А. Лихолат (с. Розсохуватка);
- літературознавець О. Килимник (с. Ямпіль);
- літературознавець М. Наєнко (с. Гуляйполе);
- літературознавець, письменник В. Лисенко (с. Залізничка);
- прозаїк М. Галич (с. Мокра Калигірка);
- поет, перекладач М. Гірник (с. Вербовець);
- поет Я. Івашкевич (с. Пальчик);
- поет М. Коваленко (с. Пальчик);
- поет, публіцист В. Латанський (с. Луківка);
- художник, мистецтвознавець С. Латанський (с. Луківка);
- український композитор, диригент, заслужений артист М. Радзієвський (с.мт Єрки);
- Герой Радянського Союзу П. Волков (с. Лисича Балка);
- Герой Радянського Союзу М. Ніковський (с. Єлизаветка);
- Герой Радянського Союзу С. Поліщук (с. Кайтанівка);
- Герой Радянського Союзу М. Цисельський (с. Стійкове);
- Герой Радянського Союзу Г. Шевченко (с. Петраківка).

Із Катеринопільським районом пов'язані життя та діяльність промисловця, Героя України Ю. Косюка. До основних пам'ятників на території району відносяться: пам'ятний знак братам С.О. Єфремову та П.О. Єфремову у с. Пальчик, пам'ятний знак В.П. Чорноволу у с.мт Єрки, пам'ятний знак поету Філіповичу в с. Кайтанівка; 38 пам'яток увіковічення пам'яті людей, що загинули в часи Великої Вітчизняної війни, з них 3 – твори монументального мистецтва у с.мт Катеринопіль, с. Вербовець, с. Гуляйполе; 3 пам'ятники воїнам-афганцям [2].

Серед історичних пам'яток Катеринопільщини [5]:

- Братська могила активістів села 1921 року (Розсохуватка) та 1922 року (Петраківка);
- Братська могила односельців та військовополонених (Гончариха);
- Братська могила радянських активістів (Катеринопіль);
- Братські могили радянських воїнів (Вербівець, Катеринопіль, Мокра Калигірка, Новоселиця, Шостакове, Ярошівка);
- Братська могила радянських підпільників (Катеринопіль);
- Меморіальний комплекс на честь радянських воїнів та односельців (Гуляйполе);
- Могила радянських воїна та пам'ятник воїнам-односельцям (Окнино);
- Пам'ятний знак на честь воїнів 2-го Українського фронту (Катеринопіль);
- Пам'ятники воїнам-односельцям (Вербівець, Гончариха, Єлизаветка, Єрки, Кайтанівка, Катеринопіль, Киселівка, Лисича Балка, Мокра Калигірка, Новоселиця, Пальчик, Петраківка, Потоки, Радчиха, Розсохуватка, Ступичне, Суха Калигірка, Ямпіль, Ярошівка).

На території району є два музеї: Катеринопільський краєзнавчий музей і музей Сергія Єфремова у с. Пальчик [2].

Список використаної літератури:

1. Івашкевич Т. Пошуки трипільського бика, або Кайтанівка – духовний центр аріїв / Тетяна Івашкевич // Вісті Черкащини [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://viche.ck.ua/item/2954>.
2. Інвестиційний паспорт Катеринопільського району [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://katerynopiladm.gov.ua/investitsijnij-pasport/item/4649-investitsiyuni-pasport-katerinopilskogo-rayonu>.
3. Катеринопільський район // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Катеринопільський_район.

4. Катеринопільський район // Енциклопедія сучасної України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://esu.com.ua/search_articles.php?id=11048.

5. Катеринопільський район. Черкаська область. Вікі любить пам'ятки // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Вікі_любить_пам'ятки/Черкаська_область/Катеринопільський_район.

Науковий керівник: доцент кафедри туризму і готельно-ресторанної справи,
к. геогр. н., доцент В.І. Новикова

Ю.В. Ченіжна

Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ

Сьогодні туризм є однією з найбільш динамічних галузей світової економіки. Його розвиток сприяє зростанню зайнятості, диверсифікації економіки, оскільки сфера туризму і курортів пов'язана з діяльністю більш як 50 галузей, підвищує інноваційність національного господарства. За оцінкою Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), внесок туризму до світового валового внутрішнього продукту з урахуванням непрямого ефекту становить 10 відсотків. Загальна кількість робочих місць, що прямо або опосередковано стосуються сфери туризму, становить 11 відсотків [1]. Важлива роль туризму у збереженні і розвитку культурного потенціалу, гармонізації відносин між різними країнами і народами, збереженні екологічно безпечного довкілля, у реалізації зовнішньої політики держави, що свідчить про перспективність та необхідність його розвитку на міжнародному, державному та регіональному рівнях.

Унікальність туризму полягає в можливості здійснення туристичної діяльності практично в будь-якому регіоні шляхом використання різноманітних історичних, культурних, природних та інших видів ресурсів, що обумовлено існуванням різних видів туризму. Ефективність залучення та використання цих ресурсів у сфері туризму залежить від якості взаємодії суб'єктів регіонального туристичного ринку.

Основними суб'єктами ринкових відносин у сфері туризму на регіональному рівні є:

- органи державного управління і контролю;
- підприємства-виробники туристичних послуг (туристичні бази, бази відпочинку, лікувально-оздоровчі установи тощо);
- туристичні оператори та турагенти (формують та продають туристичний продукт);
- підприємства, що надають послуги з розміщення та харчування туристів (готелі, пансіонати, мотелі, кафе, ресторани тощо);
- підприємства та установи сфери дозвілля;
- підприємства транспорту;
- об'єкти туристичних відвідувань (історичні, культурні пам'ятки, природні ресурси тощо);
- рекламно-інформаційні підприємства та установи [2, 211].

Наявність тісного взаємозв'язку між усіма учасниками туристичного ринку зумовлює об'єктивну необхідність широкого використання партнерства як основи взаємовідносин учасників індустрії туризму у вигляді організованої взаємодії для досягнення найбільш ефективним шляхом загальних економічних, соціальних та інших цілей, здійснюване на основі кооперації.

Відносини партнерства загалом і державно-приватного зокрема ґрунтуються на наступних принципах:

- рівність перед законом;
- заборона будь-якої дискримінації прав партнерів;
- узгодження інтересів партнерів з метою отримання взаємної вигоди;

- незмінність протягом усього строку дії договору, укладеного в рамках партнерства;
- визнання партнерами прав і обов'язків, передбачених законодавством та визначених умовами договору, укладеного у рамках партнерства;
- справедливий розподіл між партнерами ризиків, пов'язаних з виконанням договорів, укладених у рамках партнерства [3].

Використання підходу «партнерства» не обмежується співпрацею лише з виробниками туристичних послуг, а має поширюватися на відносини з клієнтами, органами державної влади та місцевого самоврядування, недержавними організаціями, працівниками туристичних підприємств, економічними організаціями інтегрованої сфери туризму.

Враховуючи багатогалузеву структуру індустрії туризму, партнерство підприємств може мати як вертикальний (між підприємствами різних галузей, одні з яких виступають постачальниками, інші – споживачами), так і горизонтальний характер (між підприємствами однієї галузі або регіону).

Разом з тим функціонування туристичного ринку на засадах партнерства буде неефективним без виконання низки умов:

- політична та економічна стабільність, високий рівень доходів населення;
- гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших форм регулювання;
- залучення інвестицій у розвиток туристичної галузі;
- розвиток транспорту, засобів зв'язку;
- забезпечення високого рівня безпеки подорожей;
- збереження та розвиток туристичних ресурсів (заходи щодо збереження довкілля, збереження та відновлення історико-культурної спадщини);
- підвищення рівня обслуговування;
- забезпечення реклами [2, 211].

Серед основних причин гальмування розвитку туристичних ринків більшості регіонів України слід виділити: недосконалість системи державного регулювання туристичної діяльності; високий рівень податків; низький рівень інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму; невідповідність туристичних закладів міжнародним стандартам; недостатнє забезпечення туристичної галузі кваліфікованими спеціалістами; вкрай незадовільний стан транспортної інфраструктури; низька поінформованість потенційних споживачів туристичного продукту. Вирішення цих проблем можливе шляхом тісної взаємодії усіх учасників ринку на основі партнерства.

Таким чином, функціонування туристичного ринку в значній мірі залежить від ефективності взаємодії його учасників. Важливою умовою її забезпечення є дотримання принципів партнерства всіма учасниками як в процесі поточного функціонування, так і під час вирішення низки проблем, що стримують розвиток туристичного ринку.

Список використаної літератури:

1. Стратегія розвитку туризму і курортів на період до 2026 року. Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р. [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80>.
2. Гусаковська Т. О. Перспективи розвитку туристичної галузі в полтавському регіоні / Т. О. Гусаковська, М. М. Логвин // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2012. – Вип. 4. – С. 209-214.
3. Про державно-приватне партнерство Верховна Рада України. Закон від 01.07.2010, № 2404-VI. [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>.

Науковий керівник: к.е.н. Тараненко О.О.

**МЕНЕДЖМЕНТ ТА
ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА**

СИСТЕМА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ЯК ПРОТИДІЯ НОВІТНІМ ЗАГРОЗАМ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Процеси інтернаціоналізації та глобалізації національних економік свідчать про існування якісно нового економічного середовища функціонування суб'єктів господарської діяльності, базовими ознаками якого є нелінійність розвитку економічного простору, прискорена динаміка економічних відносин, чимала кількість криз, взаємовпливів, підвищення рівня різноманітних загроз.

Інтеграція України у світовий та європейський економічний простір разом з новими можливостями приносить сучасним українським підприємствам цілу низку загроз. До зовнішніх, глобальних загроз відносять: загострення конкуренції в умовах відкритої економіки; вплив на економічні процеси наддержавних систем багатостороннього регулювання; єдиний підхід до усіх суб'єктів світового ринку; необхідність країнам з транзитивною економікою приймати вже встановлені «правила гри».

До внутрішніх чинників, що складають першочергову небезпеку вітчизняним підприємствам, слід віднести, перш за все, нестабільність ринку та недосконалість законодавства. В умовах підвищення ризиків і загроз, захист економічних інтересів суб'єктів господарювання неможливий без цілісної системи економічної безпеки.

Зростання невизначеності у глобальному конкурентному середовищі актуалізує також пошук принципово нових підходів до забезпечення економічної безпеки вітчизняних підприємств на зовнішніх ринках та зміцнення потенціалу їх розвитку. Підґрунтям підвищення рівня економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності є формування та розвиток модерної системи економічної безпеки.

В умовах глобалізації система економічної безпеки структурно може бути представлена як ієрархічна цілісна сукупність основних підсистем [1].

Базою визначення рівня ієрархії системи економічної безпеки можна обрати або рівень управління або іншу ознаку, яка ґрунтується на показниках масштабності економічної діяльності чи параметрах величини потенціалу економічного простору, що забезпечується відповідною економічною системою.

Всі ієрархічні рівні взаємопов'язані і відбиваються з різним ступенем впливу один на одному, забезпечуючи тим самим баланс системи в цілому.

Система глобальної економічної безпеки породжена інтеграційними процесами в сучасному світовому економічному просторі. Глобалізація призводить до лібералізації міжнародної торгівлі і міжнародної фінансової діяльності, зростання обсягів і розширення географії міжнародних потоків товарів та послуг, інтенсифікації інформаційного обміну й уніфікації соціально-культурного простору.

Інтеграційний розвиток України на шляху до світового економічного простору зумовлює як модерновий поступ, втілення інновацій, так і необхідність посилення рівня економічної безпеки усіх ієрархічних систем, їх модифікації у відповідності до сучасних умов господарювання. Для цього необхідна розробка комплексної системи оцінки рівня економічної безпеки, що орієнтована на показники, прийнятні для застосування у практичній діяльності суб'єкта господарської діяльності [2].

Система показників має відтворювати усі складові економічної безпеки і виявляти граничні точки небезпек, після перетину яких негативні зміни у діяльності підприємств стають, як правило, незворотними. Дефіцит висококваліфікованих спеціалістів, недостатній розвиток інфраструктури науково-технічної діяльності, повільна модернізація технологічних процесів і видів продукції спричиняє загрозу інноваційній безпеці як країни в цілому, так і усіх суб'єктів підприємницької діяльності [3]. Проблема ускладнюється фактом залежності українських підприємств від одноосібних постачальників певних стратегічних ресурсів та

споживачів вагомих об'ємів вітчизняної продукції. Серед показників зовнішньоекономічної безпеки виділяють: покриття імпорту експортом, експортну залежність, імпортну залежність. Коефіцієнт покриття імпорту експортом є відношенням обсягу імпорту до загального обсягу експорту. Порогове значення показника не повинно бути менше одиниці. Показник експортної залежності розраховується як відношення експорту до ВВП. Згідно з експертними оцінками порогове значення експортної залежності має дорівнювати 50%. Імпортна залежність розраховується як відношення імпорту до ВВП. Відповідно до значення дорівнює 50% [4].

Сучасні умови господарювання базуються на новітніх підходах і методах, що передбачають функціонування розвиненої маркетингової служби, для якої важливим є не лише аналіз вітчизняних факторів підприємницького простору, але й дослідження глобальних тенденцій з метою прогнозування поведінки українських підприємств на світовому ринку.

Список використаних джерел та літератури:

1. Кириченко О. А. Концептуальні засади формування системи економічної безпеки в умовах глобалізації / О. А. Кириченко, В. Г. Алькема // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 12 (114). – С. 6–18.
2. Білик Ю. Оцінка міжнародних переваг в умовах міжнародної економічної інтеграції (на прикладі сільського господарства України) / Ю. Білик, О. Файчук // Економіка України. – 2007. – № 6. – С. 69–76.
3. Шкарлет С. М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект: [монографія] / Шкарлет С. М. – К.: Книжкове вид-во НАУ, 2007. – 436 с.
4. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: [навч. посібник] / [Л. І. Воротіна, В. Є. Воротін, Л. А. Мартинюк та ін.]. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. – 308 с.

Я.С. Баліна

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВИРОБНИЦТВО ПРОДУКТІВ ПО-НОВОМУ

В останні роки економіка дуже динамічно змінюється. Також швидко змінюються потреби та очікування клієнтів. Поглиблення конкуренції вимагає, щоб підприємства постійно вдосконалювали свою продукцію та процеси, тому питання ведення бізнесу по-новому та запровадження нової продукції стоять досить актуально.

Існує декілька визначених категорій для класифікації нових продуктів у компанії:

- Нові продукти світу.
- Нові продукти категорії.
- Розширення продуктової лінії.
- Покращення продукту.
- Репозиціонування продукту.
- Скорочення витрат.

Коли ми думаємо про нові продукти, ми автоматично замислюємося над новими винаходами, такими як космічні подорожі, комп'ютерний планшет, нові ліки тощо.

Хоча це може бути більш «захоплюючою» стороною нових продуктів, з точки зору маркетингу, вони є лише одним з багатьох типів нових продуктів, які компанія може вивести на ринок. Насправді, більшість нових продуктів, що випускаються, не є новими для ринку – вони є новими для фірми. До першої групи відносяться нові продукти у світі, які є, по суті, абсолютно новим винаходом. Він ніколи не був введений на ринок раніше, і компанія, яка її розробила, по суті має короткострокову монополію.

В другій групі, продуктом нової категорії вважається товар, коли компанія диверсифікувала асортимент своєї продукції, яку вона ніколи раніше не використовувала. На ринку немає нічого нового щодо цих видів продукції; вони тільки нові для компанії. Простим прикладом тут може бути Соса-Сола. Як відомо, Соса-Сола – це насамперед виробник напоїв у всьому світі. Припустимо, що вони вирішили виробляти чіпси або печиво. Тоді ці види нових продуктів були б новою категорією для Соса-Сола. Найпростіший спосіб подумати про категорію продуктів – подивитися на супермаркет, який зазвичай має вивіску для різних видів

продукції, таких як сир, цукор, миючі засоби, корми для домашніх тварин тощо. Ці різні типи продуктів вважаються різними категоріями продуктів.

Третім видом нової продукції можна виокремити розширення продуктової лінії. Тобто коли компанія впроваджує додатковий продукт, який схожий на існуючий асортимент продукції. Звичайний приклад розширення продуктової лінійки – це коли відомий бренд виявляє варіацію свого продукту з точки зору розміру, кольору, смаку тощо. Наприклад, для компанії Coca-Cola будь-який новий продукт безалкогольного напою, соку, спортивного напою або води буде вважатися розширенням продуктової лінійки, оскільки Coca-Cola вже виробляє ці види продукції.

До четвертого виду, відносять вдосконалення продукту, це одне або кілька змін існуючого продукту, який вже є на ринку. Зміни можуть бути незначними або більш значними і зазвичай стосуються лише однієї або двох функцій продукту, для того щоб або оновити продукт, або зробити його більш конкурентоспроможним або запропонувати більший вибір споживчих переваг.

П'ятий вид, репозиціонування продукту, передбачає прийняття існуючого продукту на ринку та істотне зміна його іміджу (тобто, він повідомляє спектр переваг) або його цільового ринку. Іноді, зміна положення продукту також підтверджується зміною дизайну продукту або упаковки продукції. Репозиціонування продуктів є дещо менш поширеним і звичайно здійснюється, коли базовий продукт погано розповсюджується, але має значні потенційні переваги для споживачів. Прикладом тут могли б бути пральні порошки, які пропонувалися для молодих батьків, що пратимуть пелюшки своїх дітей. Внаслідок значних соціальних змін молоді сім'ї не мають зайві кошти для покупки спеціалізованих пральних порошків, а купляють універсальні засоби. У цьому випадку, деякі виробники переорієнтувалися на порошки для обробки жорстких плям на всьому одязі. Останній вид виробництва продукції по-новому – це скорочення витрат, тобто зниження вартості існуючого продукту. Це може бути досягнуто шляхом зміни виробництва або постачальників або інгредієнтів (компонентів). У деяких випадках заощадження переходять до споживачів у вигляді нижчої ціни, в інших випадках прибуток фірми збільшиться.

Існує декілька причин для виробництва продукту по-новому. Іноді це описується як «перевага першого потоку». Впроваджуючи новий продукт світового масштабу, компанія повинна мати «монополію» переваги на короткий період часу. Якщо це якийсь технічний або фізичний продукт, компанія може отримати патент і заборонити іншим конкурентам копіювати свою технологію або дизайн на певний період часу. Проте, монополістичні ситуації, як правило, невисокі, оскільки конкурентоспроможним компаніям просто необхідно розробити альтернативний підхід, дизайн або технологію. Розробляє щось нове, бренд стає захоплюючим та інноваційним. Це допомагає створити акціонерний капітал бренду, підвищить лояльність клієнтів і збільшить прибутковість з часом. Захоплюючий новий продукт, що збільшує попит, значно полегшить проникнення до роздрібних торговців і набуде ширшого поширення і покриття ринку для компанії. Коли фірма має тимчасову монополістичну ситуацію, вона може стягувати преміальні ціни і збільшувати прибутковість, оскільки немає прямих конкурентів.

Отже, у наші дні існує широкий вибір професійних та соціальних медіа-можливостей, коли з'являється на ринку щось нове. Це, швидше за все, генерує огляди продуктів і коментарі від основних статей до масиву блогів і особистих коментарів окремих осіб через соціальні мережі. Це підвищує здатність широко рекламувати продукт за обмеженим або економічно вигідним рекламним бюджетом.

Список використаних джерел та літератури:

1. Fripp G. Reasons to introduce new-to-the-world products [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://www.marketingstudyguide.com/new-world-products/>

Науковий керівник: старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Чередниченко В.В.

МАРКЕТИНГОВІ КОНЦЕПЦІЇ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Сучасний розвиток підприємств, організацій невиробничої сфери відбувається у світі, який характеризується мінливістю, невизначеністю, складністю та багатозначністю у цих умовах особливого значення набувають такі якості суб'єктів господарювання, які сприяють його адаптивності до умов розвитку. Як визначено у роботі, сьогодні не має конкуренції між послугами або товарами, а конкуренція між моделями управління. Тому головне – це швидкість реакції на зміни ситуації, гнучкість поведінки, командна робота, корпоративна культура та професійна маркетингова орієнтація.

Важливим також є те, що в сучасному світі більшого можна досягти за рахунок співпраці, ніж конкуренції, які орієнтовані на створення сприятливих умов для ефективної співпраці. Такими концепціями є маркетинг довіри та маркетинг стейкхолдерів, комплексне застосування яких дає підприємствам, організаціям нові можливості ефективного розвитку [1].

В основі комплексного застосування сучасних концепцій маркетингу підприємствами, організаціями лежить довіра. Марк Стівенс відомий маркетинголог, консультант сказав, що люди купують довіру перш, ніж вони купують товари. Довіра виникає там, де є впевненість у партнерах, надійність у взаємовідносинах, прозорість інформації, передбачуваність поведінки тощо. Тому маркетинг довіри потребує цілеспрямованих дій зі створення довірчих взаємовідносин між підприємством та його стейкхолдерами, основними з яких є споживачі [2].

Основними кроками, що сприятимуть атмосфері довіри між підприємствами, організаціями та споживачами, є такі :

- надання якісних послуг та продаж якісних товарів, а також створення ефективного продакт менеджменту як основи для розвитку довіри споживачів та інших стейкхолдерів ;

- використання технік виникнення довіри до менеджерів підприємства, його персоналу на основі демонстрації компетентності, професіоналізму, доброзичливості, чесності, послідовності в діях, емпатії тощо;

- застосування сучасних PR-технологій для створення суспільної думки щодо довіри до підприємства на основі участі у суспільно-значимих проектах, налагодженні ефективних комунікацій та зворотного зв'язку зі стейкхолдерами тощо.

Маркетинг довіри лежить в основі маркетингу стейкхолдерів, так як неможливо формувати останній, не формувавши довірчі відносини між зацікавленими сторонами. Маркетинг стейкхолдерів – це концепція маркетингу, яка поєднує інструменти, дії і процеси, що сприяють обмінним відносинам на основі врахування інтересів усіх зацікавлених сторін [1].

Для формування маркетингу стейкхолдерів необхідно, перш за все, спровести принципи маркетингу довіри, які включають взаєморозуміння, прозорість інформації, надійність, передбачуваність поведінки, взаємність, розповсюдженість, яка означає, що довіра одного або декількох суб'єктів до підприємства породжує довіру інших суб'єктів, які або взаємодіють з тими, хто довіряє даному підприємству, або між ними існують довірчі відносини, або вони є авторитетними для цих суб'єктів [3].

Важливим завданням у розвитку маркетингу довіри є встановлення показників довіри споживачів та партнерів до нього, які відображають репутацію підприємства у бізнес-середовищі. Визначити рівень довіри можна на основі опитування споживачів і партнерів за результатами співпраці, а також за допомогою кількісного методу, який потребує розрахунку показника довіри. Оцінка рівня довіри може проводитися, як за однією транзакцією, так і на основі сукупності транзакцій, що дасть більш достовірний результат.

Проблема розвитку маркетингу стейкхолдерів на підприємствах різних галузей економіки стає актуальною за рахунок розвитку мереж, необхідності гнучкого реагування на зміни які відбуваються в умовах мінливості, невизначеності, складності та багатозначності сучасного світу, а також нових можливостей, які надають цифрові технології у сфері оброблення великих масивів даних та способів зв'язку. Вона також пов'язана з необхідністю більш широкого погляду на задоволення потреб споживачів у зв'язку з тим, що зацікавлені сторони впливають на ефективність надання послуг, продажу товарів [2].

Відносини підприємств, організацій за стейкхолдерами на основі взаємної довіри, досягнення спільної мети є джерелом конкурентних переваг, які генерують фінансове зростання, ефективно забезпечення ресурсами, а також зниження ризиків функціонування підприємств і умов мінливості та невизначеності зовнішнього середовища.

Список використаних джерел та літератури:

1. Куденко Н. В. Стратегічний маркетинг : навч. посібн. / Н. В. Куденко. – К.: КНЕУ, 2010. – 152 с.
2. Кіндрацька Г. Стратегічний менеджмент: навч. посібник / Г. Кіндрацька. – К.: Знання, 2011. – 366 с.
3. Телетов О. С. Маркетинг у промисловості: монографія / О.С. Телетов. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 248 с.

Ю.С. Байер

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БАНКІВСЬКОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день банківська галузь в Україні функціонує за невизначених умов. Банки працюють залежно від ризикової ситуації на валютному ринку, військових дій на сході країни, а також на їхню діяльність вплинула анексія Криму. Вказані дестабілізаційні фактори негативно позначаються на результатах роботи комерційних банків і спричиняють додаткові загрози їхній фінансово-економічній безпеці.

Враховуючи глобалізацію фінансових ринків і зростаючу конкуренцію з міжнародними банками, особливої актуальності та наукової значущості набуває проблема удосконалення фінансово-економічної безпеки банківської системи України. Щоб своєчасно забезпечити стабільність і незалежність комерційних банків, попередити виникнення ймовірних загроз на сучасному етапі розвитку економіки країни, необхідно чітко усвідомити й оцінити їх рівень.

Питання безпеки банківської системи у своїх дослідженнях розглядали як зарубіжні, так і вітчизняні науковці, зокрема В.А. Аленін, О.І. Барановський, М.І. Зубок, О.А. Кириченко, Т.В. Сусуловська, В.А. Шурпаков та ін.

На думку В. Шурпакова, надійність банку – основний елемент банківського менеджменту, а тому повинен включати організаційні запобіжні заходи [8]. Від їх ефективності залежать практично усі напрями банківської діяльності. Така безпека вирізняється багатофункціональними і комплексними рисами.

Захист банківської системи – організація заходів щодо запобігання можливих загроз активній діяльності банку. Розміри та наслідки їх реалізації надто непередбачувані.

Науковці-економісти О.А. Кириченко і Т.В. Сусуловська, узагальнивши відомі наукові підходи до безпеки банківського бізнесу, дійшли висновку, що вона складається з організаційно побудованих та технологічно вивірених систем контролю/аналізу банківських операцій [7]. Дослідник банківської справи В. Аленін наголошує на найважливішому аспектові банківської держбезпеки – економічному, який охоплює суспільну і державну сфери, інтереси господарюючих суб'єктів, а також визначає характер і напрями їхніх дій. Усі інші аспекти безпеки відіграють другорядну роль [1, с. 21].

М.І. Зубок [6] пояснює безпеку банківської системи як певний стан стійкої життєдіяльності, за якого забезпечується реалізація мети банку та основних його потреб; властивість своєчасно, адекватно й ефективно реагувати на внутрішні і зовнішні дестабілізуючі чинники, незалежно від умов праці; спроможність захистити власність, імідж, функціонування банківської установи.

Становлення та розвиток науки про сучасну банківську безпеку характеризувалися деякими ускладненнями, а саме в забезпеченні захисту нових технологічних напрямів банківської діяльності. Останніми роками було проведено багато досліджень щодо злочинів проти комерційних банків. Проте ними опікувалися правоохоронні органи, не даючи можливості банкам взяти участь у вирішенні проблемних питань, створенні ними адекватних систем безпеки. Вищеозначена ситуація суперечить реальним фактам і об'єктивним практичним потребам. Забезпечення банками захисту свого майна й інфраструктури від кримінальних посягань не має достатнього наукового і методичного обґрунтування. Внаслідок цього й виникає особлива потреба в практичних рекомендаціях щодо побудови ефективної системи безпеки банків, включаючи основи її формування, правове забезпечення, концептуальне і робоче проектування, а також управління службою безпеки. [4, с. 9–10].

Підвищена увага до даної проблематики зумовлена унікальністю банків, їх особливим місцем і роллю у фінансовій системі. Так, комерційні банки – це найбільш активна/мобільна ланка сфери обігу та високопрофесійні учасники різних сегментів фінансового ринку, які формують ринки кредитів, цінних паперів, валютний ринок країни, гарантують функціонування товарних, фондових і валютних бірж, володіють необхідною інформацією про фінансовий стан підприємств і організацій, кон'юнктуру фондового, кредитного і валютного ринків [5, с. 38].

У країнах з фінансовими системами, зорієнтованими на банківські установи (до їх переліку входить і Україна), останні стають унікальними «локомотивами» економічного зростання. Унікальність банків вбачається в тому, що вони одночасно є грошово-кредитними інститутами (разом із центральним банком й іншими депозитними структурами), фінансовими посередниками (співпрацюючи із страховими компаніями, пенсійними й інвестиційними фондами) і третіми особами на ринку цінних паперів (з професійними учасниками). Вони – провідні гравці на валютних біржах, у сфері міжнародних розрахунків. В основі їх активності лежать традиційні посередницькі, кредитні (за своїм змістом) операції, що дає підставу розглядати банки саме як особливий вид фінансових посередників.

Підвищення економічної безпеки банківської системи необхідне передусім тому, що банківська діяльність підтримує майнові інтереси необмеженої кількості суб'єктів, а завдяки своїй специфіці спроможна впливати на економічні процеси в країні загалом. Зазначені обставини є цілком аргументованою передумовою встановлення для банків більш жорстких методів правового й економічного регулювання, державного управління з метою забезпечення економічного захисту, порівняно з іншими суб'єктами підприємницької діяльності. Державній банківській системі суттєво підпорядковується стан національної валюти, її купівельні можливості, маючи першочергове значення для суверенітету України.

Без досягнення необхідного рівня економічної безпеки банківської системи неможливо здійснити державні економічні, соціальні, політико-правові, екологічні та інші програми/проекти. Вирішення перелічених завдань можливе лише за умови здійснення ефективного й безпечного державного управління банківською системою [3, с. 25].

Тож, важливою складовою фінансової, а також національної, безпеки є фінансовий захист банку, який визначається збалансованою стійкістю до впливу різноманітних загроз, умінням реалізовувати передбачені завдання, навичками генерування обсягу фінансових ресурсів задля продуктивної діяльності.

Тому систему фінансової безпеки необхідно об'єднати з системою банківського управління для здійснення контролю над непередбачуваними ризиками, ухвалення своєчасних та обґрунтованих рішень. Оновлена структура повинна базуватися на принципах безперервності, комплексності, конфіденційності, мінливості, обачності, об'єктивності, оперативності та системності, на інтерпретації результатів, щоб забезпечити антикризову та результативну роботу банку.

Список використаних джерел та літератури:

1. Аленин В.В. Банковский сектор региона и его экономическая безопасность / В.В. Аленин // Деньги и кредит. – 2000. – № 10. – С. 20–21.

2. Барановський О. Безпека банківської сфери / О. Барановський // Вісник Національного банку України. – 2014. – № 6. – С. 20–27.
3. Бриштелев А. Теоретико-методологические основы экономической безопасности банковской системы / А. Бриштелев // Банковский вестник. – 2009. – № 4. – С. 23–30.
4. Гамза В.А., Ткачук И.Б. Концепция и система безопасности банка. – М.: Изд-во Шумилова И.И., 2003. – 109 с.
5. Горелова Л.В. Управление финансовыми рисками как фактор стабильности экономики / Л.В. Горелова, С.Н. Косов // Вестник Екатеринбургского института. – 2011. – № 3. – С. 38–43.
6. Зубок М.І. Безпека банків: навч. посіб. / М.І. Зубок. – К.: КНТЕУ, 2002. – 306 с.
7. Кириченко О.А. Фінансова безпека кредитних спілок України / О.А. Кириченко, Т.В. Сушуловська // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2009. – № 1. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvldu_e/2009_1/09koaksu.pdf
8. Шурпаков В.А. Проблемы методологии анализа банковской безопасности [Електронний ресурс]. – Режим доступа: www.fact.ru/www/shurpakov11.html

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Зачосова Н.В.

И.А. Белик

Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины

ОЦЕНКА ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА

Одним из самых важных показателей, характеризующих финансовое состояние предприятия, является его платежеспособность. Платежеспособность предприятия – это его способность своевременно погашать свои платёжные обязательства. В свою очередь она является внешним проявлением положительного финансового состояния организации, её экономической устойчивости. По сути, платежеспособность характеризует в определённой степени выживаемость организации, поскольку при наличии длительной во времени и устойчивой неплатежеспособности к ней применяют процедуры экономической несостоятельности (банкротства). Поэтому анализ платежеспособности и прогнозирования возможной несостоятельности предприятия необходим не только самой организации для характеристики финансовой деятельности, но и внешним инвесторам, кредиторам, поставщикам ресурсов.

В мировой практике для оценки финансовой устойчивости и вероятности банкротства организации давно существуют и успешно применяются количественные модели Э. Альтмана, Р. Таффлера, У. Бивера, Р. Лиса, Г. Спрингейта, качественная модель А-счёта Аргенти и другие. Однако применение всех этих моделей для предприятий белорусской экономики крайне затруднено из-за наличия таких обстоятельств, как устаревание использованных данных для этих моделей, отсутствие среди них какой-либо наиболее эффективной (универсальной) и практическая невозможность их применения для отражения реального состояния белорусских предприятий [1]. В настоящее время существует настоятельная потребность в разработке эффективной модели оценки платежеспособности и возможного банкротства предприятия.

Для оценки влияния показателей, отражающих текущее финансовое состояние предприятия, на текущий уровень платежеспособности P , можно использовать линейную модель множественной регрессии.

При построении множественной линейной регрессионной модели в качестве переменных были выбраны показатели, характеризующие уровень платежеспособности предприятия (P).

Факторами, или независимыми переменными, объясняющими результат, являются:

– рентабельность активов (X_1), т.е. отношение прибыли от реализации продукции (работ, услуг) к балансовой стоимости всех активов предприятия;

– удельный вес краткосрочных активов (X2), т.е. отношение общей стоимости всех наличных оборотных активов к общей их сумме.

Для построения множественной регрессии используются пакет прикладных программ Microsoft Office Excel 2010 и данные бухгалтерской и статистической отчетности Гомельского завода сантехзаготовок за 2014-2017 гг. Данное предприятие относится к строительной отрасли промышленности и осуществляет различные виды экономической деятельности в данной сфере, основными из них являются строительно-монтажные и санитарно-технические работы.

Факторы, которые можно включить в модель множественной регрессии, должны удовлетворять определенным требованиям: они должны быть количественно измеримы (если необходимо включить в модель качественный фактор, не имеющий количественного измерения, то ему необходимо принять количественную определенность); факторы не должны находиться в точной функциональной зависимости; связь между факторами должна быть не более 0,8. Для исключения мультиколлинеарности переменные, имеющие высокий коэффициент корреляции (больше 0,8), не включаются в модель.

При помощи команды «Регрессия» рассчитываются параметры линейного уравнения регрессии, которое описывает зависимость между факторами и независимой переменной. Результат расчёта изображён на рисунке.

Вывод итогов								
<i>Регрессионная статистика</i>								
Множественный R	0,860326975							
R-квадрат	0,740162504							
Нормированный R-квадрат	0,700187504							
Стандартная ошибка	0,103106206							
Наблюдения	16							
<i>Дисперсионный анализ</i>								
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Значимость F</i>			
Регрессия	2	0,393675352	0,196837676	18,51563513	0,000156878			
Остаток	13	0,138201567	0,01063089					
Итого	15	0,531876919						
	<i>Коэффициент</i>	<i>Стандартная ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-значение</i>	<i>Нижние 95%</i>	<i>Верхние 95%</i>	<i>Нижние 95,0%</i>	<i>Верхние 95,0%</i>
Y-пересечение	1,506349025	0,213608001	7,051931672	8,64579E-06	1,044876996	1,967821054	1,044876996	1,967821054
Переменная X 1	0,2410404	0,402762475	0,59846787	0,559811322	-0,629075026	1,111155827	-0,629075026	1,111155827
Переменная X 2	-1,7525121	0,329160858	-5,324181337	0,000137991	-2,463620901	-1,0414033	-2,463620901	-1,041403298

Рис. Результаты расчетов

По результатам расчетов получается модель, описывающая зависимость текущего уровня платежеспособности Р между рентабельностью активов X1 и удельным весом краткосрочных активов X2:

$$\hat{y} = 1,506 + 0,241X1 - 1,752X2$$

Данная модель показывает, что если X1 увеличивается на 1 п.п., то Р увеличивается на 0,241 п.п., а если X2 изменяется на 1 п.п., то Р уменьшается на 1,752 п.п.

Для определения степени тесноты связи между зависимой переменной и включенными в модель факторами используется множественный коэффициент корреляции R, который может изменяться в пределах от -1 до +1. Чем ближе он по абсолютной величине к 1, тем теснее связь. В нашем случае R=0,86. Это означает, что связь между переменными прямая, т.е. с изменением независимых переменных изменяется значение зависимой переменной. Таким образом, полученное значение коэффициента множественной корреляции свидетельствует о наличии сильной прямой статистической связи между уровнем платежеспособности, рентабельностью активов и удельным весом краткосрочных активов.

Значение коэффициента детерминации $R^2=0,7402$ показывает, что изменение зависимой переменной P на 74,02% объясняется изменчивостью включенных в модель переменных X_1 и X_2 (рентабельностью активов и удельным весом краткосрочных активов).

Значение нормированного коэффициента детерминации $R^2 = 0,7$ показывает, какое влияние корректировка R^2 оказала на величину коэффициента детерминации. Недостатком R^2 является то, что он увеличивается при добавлении новых объясняющих переменных (хотя это и не обязательно означает улучшение качества регрессионной модели), в то время как нормированный R^2 может уменьшаться при введении в модель новых объясняющих переменных, не оказывающих существенное влияние на зависимую переменную. В нашем случае нормированный R^2 незначительно отличается от коэффициента детерминации, и поэтому можно сделать вывод о хорошем качестве модели.

Осуществим проверку статистической значимости параметров и уравнения в целом на основании критических значений F -статистики.

F -статистика = 18,52. Поскольку $18,52 > F_{\text{крит}} = 3,8$ (данные взяты из таблицы критических значений), то коэффициент детерминации R^2 значим, и, соответственно, уравнение множественной регрессии значимо.

Также можно заключить, что построенная регрессионная модель оценки платежеспособности организации с включенными в нее факторами является качественной, поскольку она статистически значима и отражает искомую статистическую зависимость.

Следовательно, можно сделать вывод о том, что данная модель может быть использована для оценки платежеспособности и возможного банкротства организаций и предприятий Республики Беларусь.

Список использованной литературы:

1 Рыбакова Е.Я. Проблемы оценки платежеспособности и диагностики банкротства организаций / Е.Я. Рыбакова // Бухгалтерский учет, анализ и контроль в Республике Беларусь: актуальные проблемы / В. В. Ковальчук [и др.]; под общ. ред. В. В. Ковальчук; М-во образования Республики Беларусь, Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины. — Гомель: ГГУ им. Ф. Скорины, 2017. — 217 с.: ил.

Научный руководитель: доцент кафедры экономической информатики, учета и коммерции, к.э.н., доцент Пугачева О.В.

В.В. Беляев

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

УПРАВЛІННЯ І ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ОРГАНІЗАЦІЇ

Для виконання основних завдань певної організації, підприємства повинно бути правильно організоване управління. Тому для цього має бути підготовлений керівник. Він має знати, як керувати і стресами в команді, як правильно вирішувати завдання, і ми вважаємо, найголовніше, це як правильно мотивувати підлеглих, для того, щоб вони викладалися на повну. Отже, на нашу думку, управління – це процес спрямування, організації діяльності людей, для досягнення певних цілей та мети організації.

Для результативного управління є певні підходи, зокрема: системний, комплексний, прикладний, плановий та оптимізаційний.

Отже, системний підхід характеризується тим, що під час розгляду управління, воно є єдиним, яке нерозривно поєднує всі елементи управління в ціле. Комплексний підхід показує те, що управління розглядається теж як єдине ціле, але воно складається з різних аспектів, таких як: організаційні, економічні, технічні, психологічні, правові. Прикладний підхід виражається у здійсненні практики для вирішення проблем і можливого передбачення негараздів. Плановий підхід означає те, що певні управлінські рівні мають обов'язково підлягати плануванню (такі як керування, фінансування). Оптимізаційний підхід означає

прагнення досягти якоїсь числової визначеності в аналізі проблем, і тому може побудувати математичну модель, що дозволяє знайти позитивні рішення.

Тому, для ефективності управління потрібно використовувати ці підходи. Кожен підхід до управління має бути застосований в організації роботи підлеглих, тому що, вони доповнюють один одного. Наприклад, плановий і прикладний підхід. Складання плану на певний етап роботи, міг бути не ефективним, якщо не керівник не вивчив можливі майбутні негаразди.

Середовище організації – це сукупність деяких факторів і обставин, які впливають на прийняття рішень, вони є в самій організації, і навколо неї [1, 34].

Існує зовнішнє і внутрішнє середовище організації. Внутрішнім середовищем є елементи, які становлять собою організацію – цілі, завдання, структура, технології, ресурси, персонал [2, 143].

Зовнішнє середовище організації – це комплекс певних складових, які не є в організації, але впливають на неї. Воно складається з факторів, які є основою організації.

Фактори зовнішнього середовища організації – це умови існування тієї чи іншої компанії, підприємства, компанії.

Існують фактори як, прямої дії, так і непрямой дії. Факторами прямої дії є елементи структури зовнішнього середовища, які безумовно позначаються на діяльності організації та прямо впливають на неї. До цих факторів відносять: споживачі, постачальники, конкуренти, державні органи влади, інфраструктура. Споживачі є основним елементом існування організації. Конкурентами є виробники таких же товарів або послуг.

А факторами непрямой дії є такі елементи, які впливають на організацію не прямо, тобто, вони можуть не здійснюють терміновий вплив на неї, проте позначаються на організації. До них відносяться такі як: міжнародні події, науково-технічний прогрес, політичні обставини, соціально-культурні обставини [1, 35].

Всі ці фактори залежать один від одного. Споживачі, постачальники, різні обставини й утворюють організацію. Тому, це середовище і є складним елементом всієї організації. Постійна зміна різних чинників призводить до постійного удосконалення середовища організації. І це, на мою думку, позитивно впливає на розвиток організації. Менеджер постійно повинен навчатися нового, і ці знання впроваджувати в свою організацію, в свій колектив. Впровадивши щось нове, він піднімає організацію на більш вищий щабель в розвитку.

Отже, зовнішнє середовище організації є дуже складним чинником організації. Проте, воно і є рушійною силою у вдосконаленні діяльності організацій в Україні.

Список використаних джерел та літератури:

1. Шморгун Л.Г. Менеджмент організацій: навч. посібник / Л.Г. Шморгун. – К.: «Знання», 2010. – 462 с.
2. Терещенко Т.В. Теорія організації: навч. посібник / Т.В. Терещенко – Хмельницький: Хмельницький університет управління та права, 2015. – 336 с.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О.О.

В. В. Бєляєв

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КЕРІВНИЦТВО, ЯК ФУНКЦІЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

Для того, щоб робота, яку виконує колектив була успішна, мають бути не лише стосунки, між людьми, що створюють корисну взаємозалежність працівників під час роботи. А ще потрібно знати, яким чином керується діяльність цих людей, які форми та методи впливу використовують, для того, щоб спонукати людей до найбільш продуктивної праці. Тому важливим є сам процес керівництва. Актуальність цієї теми полягає в тому, що керівництво є основою будь-якого підприємства. А тому, потрібно визначити всі головні аспекти керівництва.

Отже, керівництво – це одна з основної функції менеджменту, яка полягає у процесі впливу на підлеглих, задля виконання своїх функцій.

У свою чергу, керівник – це особа, яка наділена необхідними повноваженнями для прийняття управлінських рішень та несе відповідальність за результатами виконаної роботи [1, 314].

Метою керівництва є [2, 270]:

- забезпечення існування організації в умовах конкуренції;
- розробка нових стратегій та прийняття управлінських рішень;
- вміння йти на ризик, якщо цього дозволяє ситуація;
- опановування кризових ситуацій та найшвидший вихід з них.

Основні елементи, дотримання яких, сприяють ефективному керівництву [3, 335]:

1. мотивація – керівник має заохочувати працівників вирішувати задачі своєї організації, як матеріально, так і нематеріально;
2. інформативність – керівник повинен своєчасно повідомляти підлеглим всю інформацію, яка стосується їхньої роботи;
3. розв’язання конфліктних ситуацій – вміння висококваліфікованих керівників вирішувати розбіжності у поглядах підлеглих;
4. критичне мислення – нестандартний погляд на прийняття рішення допомагає уникати певних негативних моментів.

При ефективному керівництві, підлеглі можуть спокійно працювати, не відчуваючи дискомфорту. Не відчуваючи на роботі певних негативних моментів, працівник може, і напевно прагне бути корисним для своєї фірми, компанії або організації. А тому викладається повністю, виконуючи свої обов’язки. Отже, багато чого залежить від керівника. [3]

Як ми знаємо, є 3 види керівництва: автократичний, демократичний і ліберальний. Автократичний стиль характеризується одноосібною владою у прийнятті рішення керівником. Автократичний стиль налаштований на роботу, людина у плані цього стилю стоїть на другому плані. Суттю цього стилю є досягнення результату за будь-яку ціну. Проте, позитивною стороною є те, що виконання роботи – стовідсоткове.

Демократичний стиль має на меті те, що керівник не нав’язує свою думку працівникам, а створює такі умови, що працівник, мотивуючись певними нематеріальними благами, досягає результату. Але негативною рисою є те, що високий рівень демократії може призвести до низької дисципліни.

Останній стиль – ліберальний. Керівник майже не приймає участь в управлінні. Він дає практично повну свободу у виборі завдань, а також контроль за ними. В цьому випадку, керівник виступає генератором ідей, просто пропонує, а підлеглі самі вибирають собі. Негативними якостями цього стилю є те, що між підлеглими виникають конфлікти, низька працездатність робочих, невимогливість від підлеглих. Проте є і позитивні риси – це такі як: добродушність до підлеглих, працівники можуть з легкістю звернутися до керівника і запропонувати своє бачення на вирішення проблем [4, 240].

На мою думку, керівництво не характеризується одним стилем. Але, демократичний стиль наближений більш всього до ідеального. Висококваліфікований керівник має володіти всіма стилями. З автократичного стилю можна взяти стійкість керівника, який володіє більшою базою знань. А з ліберального – відкритість та щирість керівника до підлеглих.

Отже, керівництво – це процес, який має дуже важливу роль в розвитку підприємства. Правильно організоване керівництво певної структури приносить найбільший прибуток. А як відомо, прибуток – це основна мета будь-якого підприємства. Тому, менеджер, має бути освіченим та усвідомленим у своїй справі.

Список використаних джерел та літератури:

1. Щєбликіна І.О. Основи менеджменту: нач. посібник / І.О. Щєбликіна, Д.В. Грибова – Мелітополь: Видавничий будинок Мелітопольської міської друкарні, 2015. – 480 с.
2. Назарчук Т.В. Менеджмент організацій: навч. Посібник / Т.В. Назарчук, О.М. Косіюк – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 560 с.

3. Білик В.В. Антикризовий менеджмент на основі інноваційних бізнес-стратегій // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. 2016. № 20. Ч. 2. С. 193-195.
4. Скібіцька Л.І. Антикризовий менеджмент: навч. посібник / Л.І. Скібіцька, В.В. Матвеев та інші. – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 584 с.
5. Загірняк М.В. Економіка підприємства: підручник / М.В. Загірняк, П.П. Перерви, І.О. Масляк – Кременчук: «ТОВ Кременчуцька міська друкарня», 2015. – 736 с.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

Н. І. Биковець

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОНТРОЛЬ, ЯК ОДНА ІЗ ОСНОВНИХ ФУНКЦІЙ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Однією із основних функцій управління є контроль. Контроль – це певне спостереження та якісна оцінка результатів роботи. Тому і мета його полягає в тому, щоб визначити ефективність роботи підлеглих та усунути негативні ситуації. Також можна стверджувати, що за допомогою контролювання здійснюється досягнення мети організації.

Актуальність даної теми полягає в тому, що без контролю виявити помилки в діях досить важко. І тому певні недоліки які існують в системі управління персоналом можна усунути за допомогою удосконалення механізмів ефективного процесу управління, що вимагає використання контролю як однієї із головних функцій.

Як на мене, поняття контролю є досить ємним, тому що включає такі складові, як: аналіз, планування, регулювання, організація, забезпечення стабільності. Сама процедура контролю складається із декількох компонентів – це підготовка до контролю, організація контрольної діяльності, аналіз, оцінка та корекція. Однією із головних особливостей контролю є те, що він не повинен переставати діяти, а постійно розширювати вплив колективу працюючих на відтворювальні процеси. Розвиток і удосконалення контролю – це не тільки можливість, створена об'єктивними умовами, а й потреба сьогоденного етапу розвитку нашої економіки.

Також важливо щоб у бізнесі контроль був направлений не на поточний прибуток, а на довготривалу стійкість, визначену як показник розвитку підприємства та як гарантії отримання доходу в майбутньому при продовженні діяльності підприємства. В цьому повинні бути зацікавлені всі ті хто працює на даному підприємстві [1, с. 43-44].

Однією із основ систем менеджменту є технологія. Технологія це те, за допомогою чого відбуваються трансформаційні процеси. Саме певні технології контролю, через суб'єкт управління здійснюють вплив на об'єкт. «Технологія» – це сукупність дій на над предметом, заснованих на певних принципах, методах і закономірностях, метою яких є отримання результату. Тобто «технологія менеджменту» є послідовне дотримання певних функцій менеджменту таких як: планування, організація, мотивування, регулювання, контролювання) і саме в результаті реалізуються конкретні функції управління а саме: управління виробництвом, фінансами, збутом тощо [2, с. 57].

Існує певна система показників ефективності управлінського контролю. Така система поділу відповідає і стадіям здійснення контролю: попередній (ресурси), поточний (діяльність) і заключний (результат).

Попередній (ресурси). Щоб здійснювати свою діяльність, кожен суб'єкт господарювання використовує певні ресурси – трудові, матеріальні, фінансові. Трудові ресурси характеризуються такими показниками: плінністю кадрів, атмосфера в колективі, авторитет керівництва, строки виконання наказів, рівень трудової дисципліни, освіченість працівників. Матеріальні ресурси: використання необхідної кількості матеріалів для виробництва одиниці продукції; якість матеріальних ресурсів та ін. Фінансові ресурси: на скільки раціонально витрачаються кошти; контроль над витратами та можливого прибутку (низьке) та ін.

Діяльність (поточний). До цієї категорії можна віднести: виконання обов'язків працівниками; динаміка порушень з боку робітників; дотримання встановлених часових стандартів; виконаний обсяг роботи; зменшення / ліквідація факторів негативного впливу на функціонування підприємства; характеристика виробничого стану обладнання.

Результат (заключний): виконання плану; репутація організації на ринку; конкурентоспроможність продукції; досягнення бажаного результату [4, с. 58].

Як підсумок можна сказати, що успішність підприємства залежить від багатьох факторів, особливо вплив управлінського персоналу на певні недоліки та їх ліквідацію.

Конкурентоспроможність товару та його попит залежить від використання якісної сировини та інших матеріальних ресурсів. Поточний управлінський контроль здійснюється безпосередньо в процесі здійснення певних операцій, тобто якась робота виконана і вона вплинула на подальшу діяльність. Результативність в даному випадку залежить від обґрунтованому використанні та координації робочої сили. І останній заклочний етап є необхідним, оскільки він є показником виконання роботи. І може допомогти усунути певні недоліки у виконанні завдання.

Список використаних джерел та літератури:

1. Савченко Р. О. Управлінський контроль у системі менеджменту / Р. О. Савченко // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 23. – С. 42–46.

2. Нечаєва І. А., Кабак М. В. Особливості управління підприємством на основі використання сучасних технологій і систем менеджменту / І. А. Нечаєва, М. В. Кабак // Ефективна економіка. – 2017. - № 9. – С. 56-58.

3. Білик В.В. Форми і методи стратегічної дії на управління інноваційними системами підприємства // Вісник Черкаського національного університету. Серія: Економічні науки. 2016. № 1. С. 9-14.

4. Орехова А. Ефективність управлінського контролю за діяльністю персоналу підприємства / А. Орехова, О. Шапаренко // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2016. - № 2. – С. 56-62.

5. Білик В. В. Контроль в системі забезпечення економічної безпеки підприємницької діяльності // Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції «Формування та розвиток інформаційної економіки: зовнішні та внутрішні фактори впливу», Київ: Аналітичний центр «Нова Економіка», 27-28 жовтня 2017. С 33-35

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

Н. І. Биковець

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

УПРАВЛІНСЬКЕ РІШЕННЯ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ КЕРУВАННЯ

Функціонування будь-якої організації залежить від ефективної реалізації управлінського рішення керівника. Під управлінським рішенням слід розуміти професійний вибір керівника у рамках його повноважень, спрямований на досягнення певних цілей. Інакше кажучи, управлінське рішення – це в деякій мірі вираження процесу управління на завершальній стадії. Його головною метою є вплив на об'єкт управління для досягнення поставлених завдань організації. [1, с. 82].

При прийнятті управлінського рішення не потрібно поспішати, діяти на емоціях, потрібно розглянути як позитивні так і негативні наслідки, та впевнитися що інформація якою керується керівник, при прийнятті того чи іншого рішення є достовірною.

Зміст управлінського рішення містить такі складові:

1. Економічна – тобто, на розробку рішення і прийняття потрібні витрати наприклад: фінансові, матеріальні та інші.

2. Організаційна – це певна система в якій закріплено: права, обов'язки, повноваження і відповідальність працівників стосовно виконання певних робіт та реалізації рішень.

3. Правова – дотримання як зовнішніх так і внутрішніх нормативних актів і положень.

4. Технологічна – надання персоналу необхідними для розробки та реалізації рішень технічними та інформаційними ресурсами.

5. Соціальна – полягає в системі управління працівниками та використанні інструментів впливу на людей [2, с. 108].

В сучасних умовах конкуренції, перевагу, яку може здобути організація, забезпечує саме її персонал та система управління персоналом. Тобто, саме кадровий потенціал дає змогу виділити певну особливість організації серед багатьох інших. Тому управлінські рішення стосовно персоналу є дійсно найвагомішими для розвитку та процвітання будь-якого підприємства. Важливою умовою в процесі управління персоналом – дотримання принципів взаємодії працівників. Попри це, головною метою управлінських рішень в управлінні персоналом – забезпечення стабільного розвитку. Щоб рішення було ефективним, воно має забезпечуватися на основі вдосконалення системи підготовки та розроблення рішень, модернізації управлінських технологій та застосування новітніх методів щодо управління персоналом [3, с. 113].

Існують певні види управлінських рішень: 1. За специфікою завдань: - програмовані (повторюються через деякий час, приймаються за типових ситуацій); - не програмовані (приймаються у невизначених ситуаціях коли недостатньо всієї інформації, трапляються рідко). 2. За рівнем прийняття: - рішення на вищому рівні (стосуються всієї організації); - рішення на середньому рівні; - рішення на низовому (технічному) рівні. 3. За способом обґрунтування: - інтуїтивні; - раціональні; - аналітичні; - логічні; - імпульсивні; - інертні (уточнюючі, контролюючі дії переважають, в таких рішеннях важко знайти новизну). 4. За характером мети: - стратегічні (визначені на майбутнє довготривалі рішення стосуються соціально-економічного розвитку тощо); - тактичні (доповнюють стратегічні та пов'язані з конкретним розташуванням сил і ресурсів); - оперативні (приймаються щоденно, стосуються організації роботи виконавців та забезпечення їх необхідними матеріалами); та ін. [4, с. 62-63].

Отже, визначивши сутність та характерні риси управлінських рішень можна стверджувати, що рівень стабільності організації є показником ефективності управління та правильно прийнятих управлінських рішень.

Список використаних джерел та літератури:

1. Сегеда С. А. Моделі прийняття управлінських рішень / С. А. Сегеда // Перспективні напрямки наукової думки. – 2018. - №3. – С. 81-86.
2. Чернишева О. М. Управлінські рішення в діяльності сучасних підприємств / О. М. Чернишева // Економічний вісник ДВНЗ "Український державний хіміко-технологічний університет". - 2016. - № 1. - С. 107-113.
3. Пушкар Б. Т. Сутність та роль управлінських рішень в управлінні персоналом / З. Пушкар, Б. Пушкар // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. - 2015. - Вип. 20. - С. 109–114.
4. Горик-Чубатюк М. О. Система прийняття управлінських рішень як інструмент сучасного менеджменту / М. О. Горик-Чубатюк. // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. - 2017. - Вип. 2. – С. 56-69.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О. О.

А. В. Бісвець

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАБІЛЬНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Українські та міжнародні експерти єдині в очікуванні продовження зростання української економіки за підсумками 2018 р. І хоча 3–3,5-відсоткового зростання ВВП України недостатньо для подальшого розвитку. Утім, прогнози розвитку української економіки варто базувати на її вже наявних досягненнях й оцінках реальних і вірогідних умов її функціонування.

Зменшення вкладання інвестиційних ресурсів у більшість галузей економіки, в першу чергу, в промисловість, спонукає до переорієнтації економіки у сферу обслуговування. Найбільш перспективною у цьому плані виглядає сфера готельно-ресторанного бізнесу.

На думку Варипаєва О. та Варипаєвої Л., стабільність функціонування суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу та даної сфери в цілому в значній мірі визначається не тільки раціональністю побудови і організацією бізнес-процесів, але й створенням позитивного образу в сфері гостинності за допомогою всебічного використання ресурсів гостинності як комплексної послуги, що має певні споживчі властивості та потребує створення позитивного іміджу як кожного підприємства, так і їх сукупності, тобто галузевої чи навіть секторальної господарської системи [1, с. 615].

Розвиток готельно-ресторанного бізнесу на пряму залежить від туристичної привабливості України. Кількість відвідувань України іноземцями в 2017 році зросла на 896 тисяч чоловік у порівнянні з 2016 роком. Усього у 2017 році нашу країну відвідало 14,2 млн іноземних громадян, що на 6,7% більше показника 2016 року.

ТОП-10 країн-лідерів за кількістю відвідувачів України в черговий раз залишається незмінним. Найбільше іноземних громадян прибуває з Молдови (4,4 млн осіб), Білорусі (2,7 млн осіб) і Російської Федерації (1,4 млн осіб). Чисельність громадян із Польщі (4 місце – 1,1 млн осіб) і Угорщини (5 місце – 1 млн осіб), які зазвичай здійснювали туристичні поїздки в Україну, в 2017 році зменшилася на 4% і 16% відповідно в порівнянні з даними 2016 року [2].

В іноземців все ще існують побоювання щодо безпеки відвідування України через бойові дії на сході країни. Дається в знаки також нестача якісного маркетингового просування туристичного потенціалу міст і регіонів.]

Економічне зростання діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні стримується рядом причин. Негативний вплив факторів зовнішнього середовища й недосконала законодавча база регулювання готельно-ресторанного бізнесу суттєво погіршують сучасний стан речей. Для належного розвитку готельно-ресторанних підприємств, необхідна розробка законодавчих актів, які передбачали б оптимальне регулювання діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу, спрощення процесу реєстрації підприємства, створення цільових програм на підтримку готельно-ресторанного бізнесу, спрощення системи оподаткування, фінансова підтримка з боку держави, інвестування у готельно-ресторанний бізнес, тобто якщо Україна зможе застосувати зарубіжний європейський досвід, що у свою чергу буде стимулятором розвитку туризму та зовнішньоекономічної діяльності в країні. Тобто, якщо Україна застосує позитивний зарубіжний досвід регулювання державної політики, то відбудеться активний розвиток індустрії гостинності та інших сфер господарства.

Правове забезпечення діяльності суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу складається з низки нормативно-правових актів:

– Конституція України, у ч. 1 ст. 17 якої визначено, що «забезпечення економічної безпеки України є найважливішою функцією держави», а ст. 42 закріплено право кожного на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом, та обов'язок держави із забезпечення захисту конкуренції у підприємницькій діяльності та захисту прав споживачів;

– кодифіковане законодавство: Господарський, Цивільний, Кримінальний, Адміністративний, Митний кодекси України;

– закони України з питань безпеки: у Законі «Про основи національної безпеки України» від 19.06.2003 р. національна безпека визначається як захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави від реальних та потенційних загроз у практично всіх сферах економічної діяльності;

– накази та інші акти міністерств, відомств, об'єднань, що регулюють окремі питання господарської діяльності. Основним та, мабуть, єдиним джерелом, яке найбільш якісно та повно розкриває поняття правового регулювання підприємства та суб'єкта господарювання, є постанова Ради центральної спілки споживчих товариств України «Про Концепцію економічної безпеки споживчої кооперації України», прийнята 12.11.2008 р.

Виходячи з аналізу законодавчої бази щодо економічної безпеки суб'єктів господарювання в Україні, слід також вказати на відсутність єдиного нормативного акту, що регулює дане питання в повному обсязі.

Україна має дуже сприятливі умови і багаті рекреаційні ресурси для розвитку туристичного бізнесу, але законодавча база та несприятлива ситуація в країні зупиняють процес розвитку готельно-ресторанної індустрії [3].

Отже, для вирішення питання розвитку готельно-ресторанного бізнесу необхідно стабілізувати ситуацію на сході країні, налагодити економічну ситуацію та оновити законодавчу базу управління туристичної діяльності, що дасть можливість для підвищення ефективності ведення готельно-ресторанного бізнесу та залучення закордонних та вітчизняних інвестицій..

Список використаних джерел та літератури:

1. Варипаєв О.М. Готельний та ресторанный бізнес як складова індустрії гостинності / О. Варипаєв, Л. Варипаєва // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2009. – Вип. 2. – С. 614–62.
2. Аналіз в'їздів іноземців в Україну у 2017 році: зросла кількість відвідувачів з Молдови, Білорусі та Російської Федерації. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://aigu.org.ua/potik.html>
3. Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на розвиток готельно-ресторанного господарства України / С. Г. Захарова // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво-Могилянська академія»]. Серія : Державне управління. – 2015. – Т. 263. – Вип. 252. – С. 78–83.

С. П. Білоус

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Перехід України до інформаційного суспільства потребує конструктивного переосмислення ролі інтелектуальної власності, яка виступає рушійною силою створення конкурентних переваг та формування потенціалу виробничо-економічних відносин на національному та міжнародному рівнях.

Сучасні умови господарювання вимагають не тільки активної участі суб'єктів господарської діяльності промислової сфери, а все більшої участі наукових організацій, вищих навчальних закладів (ВНЗ) в розвитку інновацій в нашій країні. Велика кількість ВНЗ в Україні володіють великим науково-технічним потенціалом. Їх діяльність направлена на створення наукових винаходів, наукової літератури (підручники, статті, монографії та ін.), що в свою чергу є об'єктами інтелектуальної власності.

Вивченню сутності поняття інтелектуальної власності присвятили свої праці провідні українські вчені, зокрема: Ю.Є. Атаманова, Т.І. Бегова, О.Б. Бутнік-Сіверський, Н. Максимова, П.М. Цибульова, В.М. Коссаєв, І.Є. Якубівський та ін.

Інтелектуальна власність в більшості випадків визначається як права на результати інтелектуальної роботи в усіх сферах людської діяльності, які закріплені на законодавчому рівні. В науковій літературі різні автори використовують велику кількість різноманітних підходів до визначення поняття інтелектуальної власності [2].

Дмитрів К.І. дає наступне визначення досліджуваної дефініції [2], інтелектуальна власність – це особливий вид власності на невідчужувані немайнові та майнові результати та продукти розумової діяльності людини, які мають правову охорону, та ті, які не охороняються законодавством. Утім, таке трактування суперечить самому поняттю власності, оскільки відносини власності втілюються насамперед у певних юридичних нормативних актах, а право власності виникає за умови наявності врегульованих законом суспільних відносин щодо володіння, користування і розпорядження майном [3]. Виходячи з вище вказаного, ми вважаємо що найоптимальніше використовувати визначення інтелектуальної власності яке запропонували Л.Б. Гальперіна і Л.А. Михайлова: «Інтелектуальна власність - це умовне

поняття, яке використовується для позначення сукупності виключних прав на результати інтелектуальної, насамперед творчої діяльності, а також прирівняних до них за правовим режимом засобів індивідуалізації учасників цивільного обігу» [1, ст. 37].

В сучасних умовах забезпечення економічної стійкості підприємства можливе, за умови якщо стратегія його розвитку безпосередньо заснована на використанні таких факторів як інтелектуальна власність та інтелектуальний капітал. Саме ці показники виступають у якості стратегічного ресурсу формування та реалізації конкурентних переваг підприємства, в умовах постійних змін та глобалізації.

Список використаних джерел та літератури:

1. Гальперин Л. Интеллектуальная собственность: сущность и правовая природа / Л. Гальперин, Л. Михайлова // Советское государство и право. – 1991. – №12. – С. 37.
2. Дмитрів К.І. Економічне оцінювання об'єктів інтелектуальної власності підприємств: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / К.І. Дмитрів; Нац. ун-т "Львівська політехніка". – Львів, 2012. – 25 с.
3. Ніколаєнко Ю.В. Основи економічної теорії: підручник // Ю.В. Ніколаєнко. – К., 2003. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ebk.net.ua/Book/OsnEkTeor/Oet01-05/5301.htm>.

С. П. Білоус

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СУТНІСТЬ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Проблема забезпечення національної економічної безпеки історично виникла одночасно з формуванням державності, становленням національних та економічних інтересів. Серед факторів, які визначають підходи до проблеми фінансово-економічної безпеки виділяють [1]:

- стан національної економіки;
- рівень конкуренції світових ринків.

Виходячи з традиційної характеристики поняття безпеки в широкому його розумінні як бажаного стану суб'єкту, при якому вірогідність зміни наявних в нього якостей та параметрів його зовнішнього середовища велика, менша його визначеного інтервалу, фінансово-економічна безпека визначається нами як найважливіша якісна характеристика економічної системи, яка визначає її здатність підтримувати нормальні умови життєдіяльності населення, стійке забезпечення ресурсами національної економіки та розвиток в довгостроковому періоді.

Бажаний стан суб'єкта визначається конкретним співвідношенням параметрів його життєдіяльності. В залежності від зміни цього співвідношення будуть змінюватися і параметричні характеристики бажаної зміни. Іншими словами, безпека – це захищеність, загально-фізіологічних, соціально-економічних, ідейно-духовних і ситуативних потреб в ресурсах, технологіях та інформації які необхідні для життєдіяльності і розвитку індивіда та суспільства в цілому. В зв'язку з цим не менш важливою для суб'єкта є адекватна оцінка рівня безпеки, оскільки оцінка безпеки суб'єктом може не співпадати з її реальними загрозами.

Визначення місця дефініції «фінансово-економічна безпека» в системі економічних відносин передбачає конкретизацію сфер економічної життєдіяльності через виділення предметів фінансово-економічної безпеки, в якості яких виступають [2]:

- види ресурсів - основні та оборотні фонди, корисні копалини;
- диференційовані частини самих суб'єктів безпеки – регіон, область, місто, соціальна група;
- якісні характеристики процесів та видів діяльності.

Категорія фінансово-економічна безпека є синтетичною категорією економічної теорії та політології, тісно пов'язана з категоріями економічної незалежності та залежності, стабільності, стійкості та вразливості, економічного тиску, примусу, економічного суверенітету тощо.

Список використаних джерел та літератури:

1. Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / Т. Г. Васильців, В. І. Волошин, О. Р. Бойкевич та ін. ; [за ред. Т. Г. Васильціва]. – Львів : ВИДАВНИЦТВО, 2012. –386 с.
2. Єрмошенко М. М. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство : наукова монографія / М. М. Єрмошенко, К. С. Горячева ; Нац. академія управління. – К. : НАУ, 2010. – 232 с.

О. М. Герасименко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ШАХРАЙСТВО В УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЯХ: РЕАЛІЇ СЬОГОДЕННЯ ТА МЕХАНІЗМИ ПРОТИДІЇ

З огляду на зміщення фокусу уваги із вартості до цінності, взаємини із третіми сторонами почали розглядатися з точки зору стратегічної можливості, яку такі треті сторони можуть запропонувати організаціям. Так, за результатами дослідження виділяють п'ять ключових сфер, які у більшості організацій потребують вдосконалення: залежність та вразливість, управління відносинами, процеси корпоративного управління та управління ризиками, технологічні платформи, нові моделі надання товарів та послуг [1].

Дослідження проводилось компанією Kreston GCG у 2017 році в Україні за допомогою методу онлайн-опитування на основі власної CRM бази. В опитуванні взяли участь 130 компаній всеукраїнського масштабу, що склали 54,3%. Серед компаній-респондентів [1]:

- лідери аграрного ринку;
- найбільші виробники молочної продукції;
- найбільші виробники будівельних матеріалів;
- міжнародні лідери виробництва електроніки;
- найбільші будівельно-девелоперські компанії України;
- лідери українського фармацевтичного бізнесу та фармдистрибуції та ін.

Опитування респондентів здійснювалося в усіх областях України (за виключенням окупованої території). Діяльність більше половини учасників (54,3%) представлено по всій Україні в цілому. Інша частина компаній мають власні представництва та філіали в різних регіонах країни.

Більше 41% компаній-респондентів - це національні – виробництво, торгівля та послуги яких розміщені більше ніж в 10-ти регіонах України. Регіональні – це компанії, виробництво, торгівля та послуги яких знаходяться менш ніж в 3-х регіонах. Слід звернути увагу, що 35,4% компаній-респондентів налічують до 100 осіб персоналу, 12,6% - 101-250 осіб, 18,9% - 251-500 осіб та 33,1% налічують більше 1000 осіб персоналу. Отже, дослідження охоплено різні за розміром види підприємств та організацій.

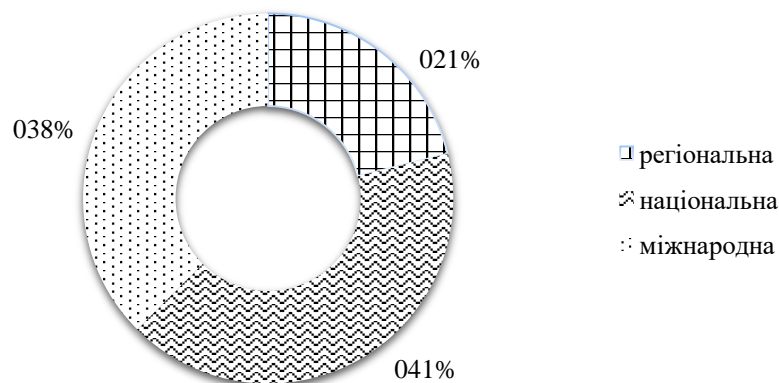


Рис. 1. Профіль компаній – респондентів дослідження 2017 р., % [1]

Серед галузей-респондентів лідерами стали: торгівля – 28,7%; сільське господарство 23,3%; харчова промисловість – 17,8%; промислове виробництво 12,4%; транспорт та логістика – 10,1%; технології – 10,1%; виробництво товарів народного споживання – 7,8%; нафтогазовий сектор – 7%; по 5,4% - нерухомість та зв'язок й телекомунікація; нижче 4% - хімічна промисловість, фармацевтична галузь, добувна промисловість, будівництво, соціальний сектор, металургійна промисловість та фінансова сфера [1].

Про високий якісний характер статистичних даних свідчить інформація щодо посад респондентів – учасників. Так, 52,8% респондентів – це фінансові директори компаній, що приймають безпосередню участь у процесах управління ризиками та забезпечення економічної безпеки в компанії. Також серед респондентів були 15,7% - перші керівники (генеральний директор, президент та ін.), 8,7% - власники; 7,1% - внутрішній аудитор / контролер / ревізор; 3,9% - головний бухгалтер; 3,1% - заступник директора, член правління; 1,6% - керівник служби безпеки та ін. Такий кадровий склад респондентів свідчить про повне охоплення топ-менеджменту компаній під час дослідження [1].

Більше ніж 60% українських компаній виявили у себе шахрайські операції. 40% компаній стикнулися з фактами розкрадання активів та фіктивними видатками. 20% оцінили свій збиток від 100 тис. дол. до 5 млн. в рік. 38,2% випадків шахрайства було виявлено із неофіційних внутрішніх джерел.

Найчастіше випадки шахрайства зафіксовані в секторах промислового виробництва, торгівлі, харчової промисловості та сільського господарства. Дана ситуація відповідає загальносвітовим тенденціям – за даними глобального дослідження шахрайства в організаціях, згідно звіту ACFE (Association of Certified Fraud Examiners) [2]. Промислове виробництво входить до топ-5 галузей, що схильні до шахрайських схем. Як і в Україні, розкрадання активів є найбільш розповсюдженим видом шахрайства у світовій практиці, що підтверджене даними дослідження ACFE [2], воно фіксується у 83% усіх випадків шахрайства. Як відомо, ризики шахрайства або fraud-ризики є найбільш розповсюдженими на підприємствах в країнах Східної Європи, при цьому Україна не є виключенням. Дане твердження підтверджують дані міжнародних звітів з шахрайства. Так, для країн Східної Європи найхарактернішим видом шахрайства є корупція (рис. 2), що становить 60 % від усіх професійних шахрайських схем. Друге місце (30 %) займають шахрайські дії з безготівковими розрахунками. Майже в рівних частинах далі йдуть – фальсифікація, шахрайство з компенсацією виплат, крадіжками готівки, шахрайства з фінансовою звітністю та готівкою на руках.



Рис. 2. Найбільш розповсюджені професійні схеми шахрайства у Східній Європі та Західній / Центральній Азії [2]

За даними звіту ACFE за 2018 рік факт професійного шахрайства виявлено у 40% за повідомленням про даний злочин, у 20% за результатами внутрішнього аудиту, 16% за перевіркою керівництвом (рис. 3). Слід звернути увагу на випадкове виявлення фактів шахрайства оскільки воно становить цілих 7%, а отже може наносити підприємству значні збитки та не бути виявленим. Випадкове виявлення свідчить про несистематичність та не контрольованість процесу управління ризиками на підприємстві, що могло б за умови ефективного ризик-менеджменту бути максимально низьким чи повністю нівельованим.

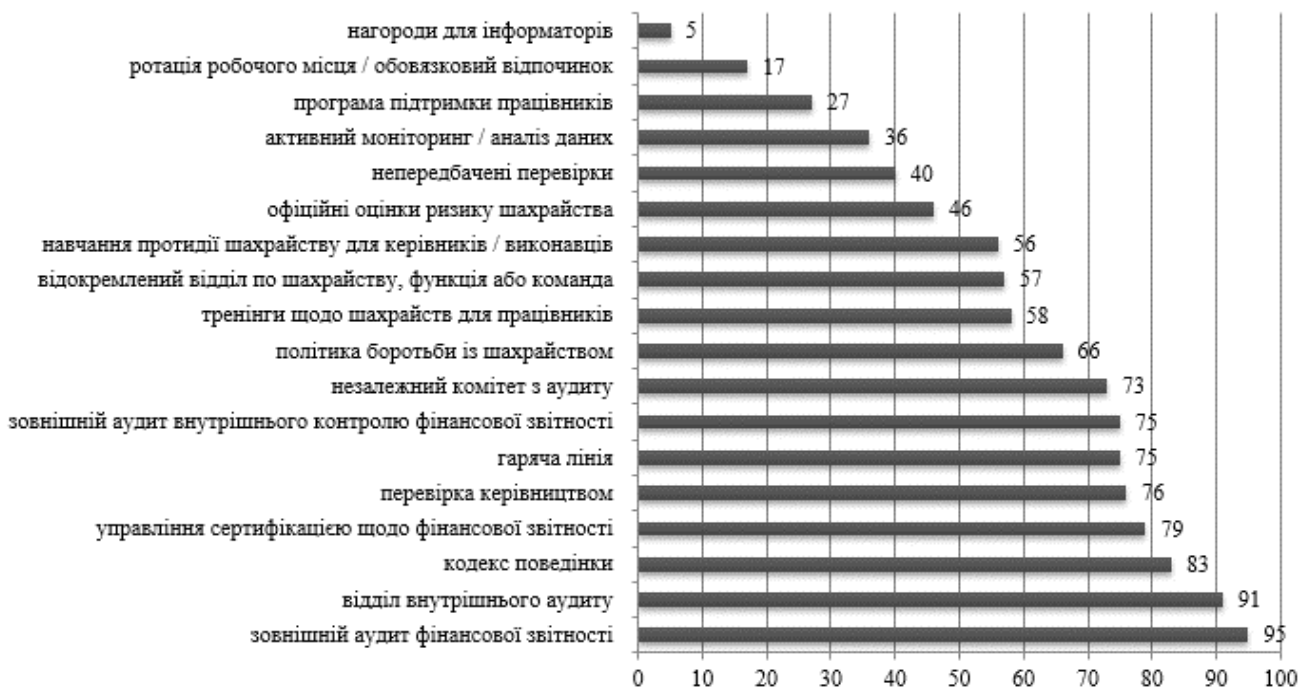


Рис. 3 Які заходи боротьби із шахрайством є найбільш поширеним в країнах Східної Європи та Західної / Центральної Азії [2]

За даними дослідження ACFE наявність «гарячої лінії» практично у 2 рази підвищує ефективність виявлення шахрайських схем через неофіційні джерела інформації. Відсутність або недосконалість внутрішнього контролю згідно [2], також створює ризик виникнення шахрайства у 41,9% та 36,4% відповідно. Слід зауважити, що сам факт можливості шахрайських дій стимулює їх до реалізації. Одним із найістотніших факторів скоєння шахрайських дій на вітчизняних підприємствах є незадоволеність співробітників власним матеріальним становищем. В Україні ж трохи більше 40% респондентів стикнулися з фактами шахрайства у відділах продажів. Іншими підрозділами, в яких фіксовано fraud-ризик є відділ закупівель (35,8%) та виробничий підрозділ (34,3%). При цьому в європейських компаніях ситуація протилежна. Основним підрозділом де виявлено найбільше фактів шахрайства є фінансовий відділ. Система регуляторного внутрішнього контролю для попередження шахрайства з боку персоналу різного рівня сприймається як найбільш ефективний механізм. На відміну від України, у світовій практиці найбільш ефективним механізмом попередження шахрайства є зовнішній аудит фінансової звітності. За даними дослідження ACFE [2] 82% компаній регулярно використовують даний інструмент. При цьому, регулярне проведення зовнішнього аудиту позитивно корелює з меншими фінансовими втратами у результаті шахрайства та більш швидким виявленням негативних факторів. Досліджуючи питання фіксації фактів шахрайства слід звернути увагу на те, що більше 60% стикалися з фактами шахрайства у компанії, притому, що найчастіше дані правопорушення виявлено у наступних сферах: промислове виробництво, торгівля, харчова промисловість та сільське господарство. У більш великих підприємствах факти шахрайства фіксуються частіше. Це передовсім пов'язано з тим, що у великих компаніях ширше діапазон можливостей для реалізації шахрайських схем.

Список використаних джерел та літератури:

1. Мошенничество в украинских компаниях. Отчет по результатам исследования 130 компаний в Украине - [Електронний варіант]. – Режим доступу до сайту: www.kreston-gcg.com
2. Report to the nations 2018 global study on occupational fraud and abuse - [Електронний варіант]. – Режим доступу до сайту: <https://s3-us-west-2.amazonaws.com/acfepublic/2018-report-to-the-nations.pdf>

Ю. Д. Гонтаренко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

В сучасних умовах робота будь-якого підприємства пов'язана з ризиками, тому управління ними, тобто ризик-менеджмент, набуває все більшої актуальності.

Ризик-менеджмент – це система управління ризиками в організації, яка охоплює планування, управління, системи ідентифікації, моніторингу та контролю, які націлені на досягнення поставлених цілей. Згідно цієї системи, ризик уявляють як подію, яка вірогідно може статись, і в результаті якої відбудуться позитивні, нейтральні чи негативні наслідки. Якщо ризик включає в себе як позитивні, так і негативні наслідки, то він називається спекулятивним. Якщо наслідки негативні, або взагалі відсутні – чистим. Метою ризик-менеджменту є підвищення конкурентоспроможності суб'єктів за допомогою захисту їх від ризиків.[1]

Хоча функція управління ризиками для підприємств (ERM) компілює інформацію про процеси, що відбуваються в них, проте кожний з цих процесів повинен виявляти ризики та вивчати інструменти управління ними. Фінансові департаменти можуть взяти на себе ініціативу, але команди з інжинірингу, юридичних питань, розробки продуктів і управління активами також мають вносити свій внесок.

Особа, яка займається стратегією ERM організації, часто отримує позицію головного директора з ризику (CRO). CRO, як правило, входить до складу виконавчої команди корпорації, де відповідає за всі елементи ризику – чисті і спекулятивні ризики. В інших випадках команда виконавчої влади вирішує питання ризик-менеджменту з конкретними координаторами. Багато великих корпорацій прийняли систему під назвою Six Sigma, яка є бізнес-стратегією, прийнятою багатьма корпораціями для поліпшення процесів і ефективності. В рамках цієї моделі вони впроваджують ризик-менеджмент на підприємствах.

Варто знати, що ERM включає в себе всі аспекти ризиків всередині корпорації, включаючи ризики на трудових переговорах, ризики інновацій та ігноруючи ризики ринку, керуючись власними ризиками, які залежать від інтересу та жадібності, тощо. Візьмемо наприклад трьох автовиробників США – GM, Chrysler і Ford. До їхніх цілісних ризиків належать не тільки страхування будівель корпорації, заводів і автомобілів, або компенсація працівникам. Вони повинні дивитися на повну картину того, як забезпечити виживання в конкурентному і технологічно інноваційному світі.

Нижче наводиться короткий огляд факторів ризику, які сприяли майже банкрутному стану американських автовиробників:

1. Відсутність передбачення в інноваціях паливно-економічних автомобілів з витривалістю і стійкістю вартості.
2. Надто багато уваги на попит на даний момент, а не на розсудливі прогнози потенційних катастроф, що впливають на ціни на паливо, як урагани Катріна, Вілма і Айк.
3. Вони не пояснюють зростання світового попиту на використання палива.
4. Нездатність конкурувати з точки зору контролю якості та виробничих витрат через високі вимоги профспілок до оплати праці. Відсутність індивідуальних ініціатив та розумного мислення. Все обговорювалося між людьми, а не здійснювалося за допомогою розумних бізнес-рішень і процесів.

5. Вседозволеність вищого керівництва: розкіш і перевитрати коштів, наприклад, особисті літаки, в яких вони відправилися до Вашингтона, щоб домовитися про допомогу.

6. Кредитна криза 2008 року посилила занепад; це пригнічило вже непрацюючу промисловість, яка не відповідала потребам споживачів.

Щоб бути розсудливою, фірма повинна додати довгострокову перспективу своїм цілям, щоб включити сталу максимізацію вартості. Що стосується корпорацій, що публічно торгують акціями, максимізація вартості компанії перетворюється на максимізацію вартості саме акцій компанії.

Традиційно прагнення фірми максимізувати цінність стосувалося прагнення максимізувати багатство акціонерів. Іншими словами, у літературі йшлося про максимізацію вартості акцій фірми (її ринкової вартості, або ціни акцій, що перевищують кількість акцій, що торгуються, для фірми, що торгуються публічно). Цей підхід замінює традиційну концепцію максимізації прибутку, або очікувану максимізацію прибутку, що дозволяє нам вводити елементи ризику та статистичні моделі в процес прийняття рішень. Для цього ми повинні розшифрувати конкретну модель, за якою ми хочемо розрахувати вартість фірми, і перерахувати багато факторів (включаючи змінні ризику з карти ризику підприємства), які можуть вплинути на цінність фірми. Фактична ринкова вартість має відображати всі ці елементи і включати всю інформацію, доступну для ринку. Це гіпотеза ефективних ринків.

Останнім часом у багатьох розвинених країнах спостерігається тенденція до зміни правил корпоративного управління. Традиційно багато людей вважали, що фірма повинна обслуговувати лише своїх акціонерів. Проте, більшість людей вважають, що фірми повинні задовольняти потреби всіх зацікавлених сторін, у тому числі працівників та їхніх сімей, громадськості, клієнтів, кредиторів, уряду та інших. Компанія є «хорошим громадянином», якщо вона сприяє поліпшенню своїх громад та навколишнього середовища. У деяких країнах корпоративні закони змінилися, щоб включити ці цілі. Це нове визначення корпоративних цілей та цінностей перетворюється на модифіковану формулу – модель оцінки, яка показує, що фірма відповідає на потреби зацікавлених сторін, а також на прибутки акціонерів. Ці розглянуті цінності – це приховані цінності «доброї волі», які необхідні для управління ризиками компанії. Ми припускаємо, що ринкова вартість фірми відображає сукупний вплив всіх параметрів і міркувань усіх інших зацікавлених сторін (співробітників, клієнтів, кредиторів тощо), але власний капітал фірми тягне за собою вартість, створену компанією з хорошою репутацією і хорошими продуктами. Ви також можете почути термін «вартість франшизи» компанії, що є альтернативним терміном для однієї й тієї ж речі. Він відображає позитивний імідж корпоративної відповідальності.

Менеджери ризиків можуть не завжди чітко визначати свої цілі, через невизначеність цілей самої фірми, особливо для неприбуткових організацій. Складні індивідуальні міркування керівників, управлінські коаліції, процедури компаній, минулі рішення, надії та очікування входять у поєднання параметрів, що визначають цілі фірми. Ці типи міркувань можуть спонукати менеджерів ризику до консервативних дій.

Наприклад, менеджери з управління ризиками можуть виділяти занадто багато коштів для страхування ризиків, яких компанія могла б уникнути, і навпаки не застраховуються від ризиків, які завдали збитків підприємству. І як результатом стає те, що менеджер з ризиків понесе особисту відповідальність за незастраховані збитки. Отже, дуже важливо не створювати конфлікту між інтересами менеджерів ризику та інтересами фірми. Наприклад, ті, кому доручили контролювати ризики випуску іпотеки, андеррайтерів іпотечних кредитів та іпотечних банкірів, мали фінансові стимули (комісії) для видачі позик незалежно від внутрішніх ризиків. Виникла іпотечна криза внаслідок конфлікту інтересів між андеррайтерами іпотеки та іпотечними банкірами. Така ситуація створила відправну точку для фінансової кризи 2008–2009 років. [1]

Менеджери ризику повинні з'ясувати, ще до того, як збиток станеться, чи існує механізм, який забезпечить рівновагу між необхідними ресурсами та наявними ресурсами. Ідея полягає в забезпеченні безперервності, незважаючи на втрати. Таким чином, робота менеджера з

ризиків полягає в оцінці здатності фірми підтримувати (поглинати) збитки. Ця робота вимагає глибоких знань про фінансові ресурси фірми, такі як кредитні лінії, активи та страхові механізми. З цією інформацією менеджери ризику можуть порівнювати альтернативні методи обробки ризиків.

Отже, в Україні ще мало приділяють увагу управлінню ризиками і ризик-менеджмент стає все більш розповсюдженою і перспективною спеціальністю. А управління ризиками стає нагальною проблемою для кожного підприємства.

Список використаних джерел та літератури:

1. Цвігун Т.В. Механізм управління ризиками в системі управління підприємством // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету –[Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2017/23-2-2017/4.pdf>

2. Ризик-менеджмент: теорія та практика: Навч. посіб. – К.: ІВЦ “Видавницт-во «Політехніка»”, 2004. – 200 с

Науковий керівник: старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Чердниченко В.В.

Н.С. Делимарская

Молдавская Экономическая Академия, Кишинев, Молдова

УЧЕТ ТРЕБОВАНИЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ЭТАПЕ РАЗРАБОТКИ ВЕБ-РЕСУРСОВ

Современные Интернет-технологии открывают перед бизнесом широкий спектр возможностей. Аналитическим агентством We Are Social при сотрудничестве с платформой SMM-платформой Hootsuite был подготовлен пакет отчетов о глобальном цифровом рынке Global Digital 2018. По данным представленных отчетов, сегодня во всем мире Интернетом пользуется более 4 миллиардов человек.

По последним данным аналитического агентства Statista, приведенным в обзоре цифрового рынка, общий объем рынка онлайн-коммерции в секторе потребительских товаров за прошлый год вырос на 16%. Годовой объем расходов в 2017 году достиг 1,5 триллионов долларов США. [1]

Развитию современного интернет-бизнеса способствуют такие факторы как:

- Активное развитие-веб-технологий
- Увеличение скорости мобильного Интернета (Аналитическое агентство GSMA Intelligence сообщает, что более 60% мобильных соединений сегодня относятся к категории широкополосных.)
- Доступность мобильных устройств и относительно низкие тарифы на мобильный Интернет
- Прирост глобальной аудитории социальных сетей
- Распространение Интернета в развивающихся странах.

Учитывая вышеперечисленные тенденции, сайты от простейших сайтов-визиток переросли в сложнейшие веб-приложения, которые охватывают практически все сферы жизнедеятельности человека. Данные приложения позволяют осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами, партнерами, государственными органами; вести учет и планирование текущей деятельности компании, обеспечивая решение текущих бизнес-задач. Причем, необходимо отметить, что рост и расширение функциональности web-приложений происходит очень быстро.

В свою очередь эти факторы генерируют широкий спектр проблем, связанных с безопасностью таких сайтов в целом, и с безопасностью информации, которая циркулирует в этих системах. Угрозы для web-приложений развиваются также быстро, как и сами web-приложения.

К сожалению, многие владельцы сайтов не осознают того факта, что большинство веб-ресурсов имеют различного рода уязвимости, которых можно было бы избежать еще на этапе разработки.

Безопасность веб-приложений - один из наиболее острых вопросов в контексте информационной безопасности. В первую очередь угрозе подвергается работоспособность сайта. Во вторую, но не менее важную, - это сохранность конфиденциальности пользовательских данных.

В укрупненном плане безопасность веб-ресурса необходимо обеспечивать по трем основным направлениям: хостинг, программная часть, администрирование сайта. Каждое из этих направлений стоит отдельного рассмотрения. В данной статье акцент ставится на программной части, поскольку этот компонент является ядром веб-ресурса. При формировании программной части сайта, учитывая все требования к безопасности ПО можно обеспечить надлежащий уровень его безопасности.

Рассматривая программную часть ресурса, необходимо выделить три ключевых элемента, которым нужно уделять особое внимание при формировании защитных мер: уязвимость программного кода, архитектура, инфраструктура сайта, конфигурация сайта.

Сайт может быть рукописным или же CMS-решением. В обоих случаях присутствует вероятность уязвимости кода. В данном случае вопрос в степени уязвимости кода. Заказчик должен выбрать для себя наиболее приемлемый вариант, но он обязательно должен быть проинформирован о степени возможных информационных рисков, связанных с уязвимостью кода.

Значительная часть современных веб-ресурсов создаются на основе CMS-решений в силу неоспоримых преимуществ, связанных с созданием и администрированием сайта. Но необходимо учитывать, что в большинстве существующих систем управления контентом есть уязвимые места, которые исправляются с выходом каждой следующей версии, но по-прежнему остаются серьезной проблемой. Это подтверждает статистика взлома сайтов на основе различных CMS.

В случае же использования на сайте самописных скриптов степень уязвимости кода снижается, но не исключается. Программный код веб-ресурса необходимо проверять с целью обнаружения возможных уязвимостей. Данная часть работы должна поэтапно выполняться на всех этапах разработки и тестирования программного продукта. Специалисты рекомендуют для тестирования на уязвимость кода такие сервисы как XSpider-a, Acunetix Web Vulnerability Scanner-a.

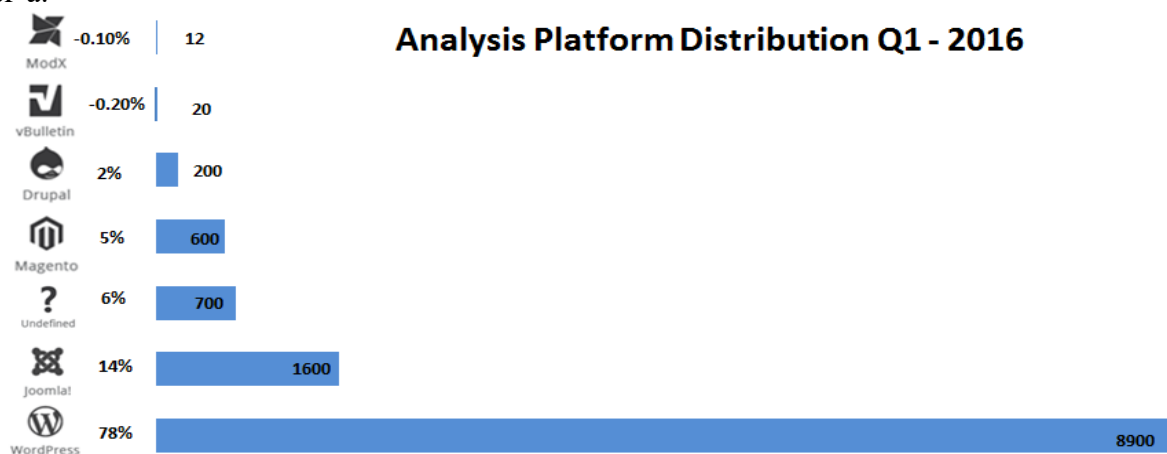


Рис.1 Статистика взлома сайтов на различных CMS

Источник: <https://filandor.com/blog/bezopasnost-web-saytov-4/>

Для управления процессом проверки необходимо руководствоваться требованиями по обеспечению безопасности для разрабатываемого программного продукта. В зависимости от этих требований должны быть сформированы списки уязвимостей и потенциальные угрозы. Для более предметного анализа кода рекомендуется формировать и использовать модели

угроз. Специалисты утверждают, что анализ кода на предмет установления подверженности определенным угрозам позволяет обнаружить гораздо больше ошибок, чем любой общий анализ. Кроме того, рекомендуется создавать ПО в защищенной изолированной среде разработки.

Проверка и анализ архитектуры веб-приложения должны включать в себя рассмотрение вопросов, связанных с общей архитектурой приложения, его дизайном, а также архитектурой и дизайном физических и логических модулей приложения. Это позволит значительно снизить риски угроз безопасности ПО.

Важно учитывать инфраструктуру ресурса, поскольку безопасность приложения очень сильно зависит от безопасности инфраструктуры, в которой оно будет развернуто. В данном случае, базовыми пунктами являются конфигурация сетевого окружения и среда, в которой будет работать программный продукт.

Третьим компонентом является конфигурация сайта, который также влияет на уровень безопасности веб-ресурса. Конфигурация включает в себя корректно настроенные права доступа и полномочия к файлам и директориям, запрет на использование скриптов в областях для хранения загруженных файлов, обеспечение мер защиты панели администратора.

По статистике около 75% взломов приходится на веб атаки. Таким образом, три четвертых безопасности приходится на правильные настройки и своевременное обновление CMS, скриптов и модулей. Первый и главный принцип обеспечения безопасности веб-ресурса закладывается еще до создания веб ресурса это выбор надежной платформы, библиотек.[2]

Устранение уязвимостей на ранних стадиях проекта менее затратно по сравнению с устранением проблем на этапе эксплуатации.

Список использованной литературы:

1. Юлия Сергеева. Интернет 2017–2018 в мире и в России: статистика и тренды - <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/>
2. Безопасность веб-сайтов или обратный отсчет до взлома - <https://filandor.com/blog/bezopasnost-web-saytov-4/>

Научный руководитель: профессор департамента Информатики и менеджмента информации д.э.н. Охрименко С.А.

B. Delimarschi
Academy of Economic Studies of Moldova

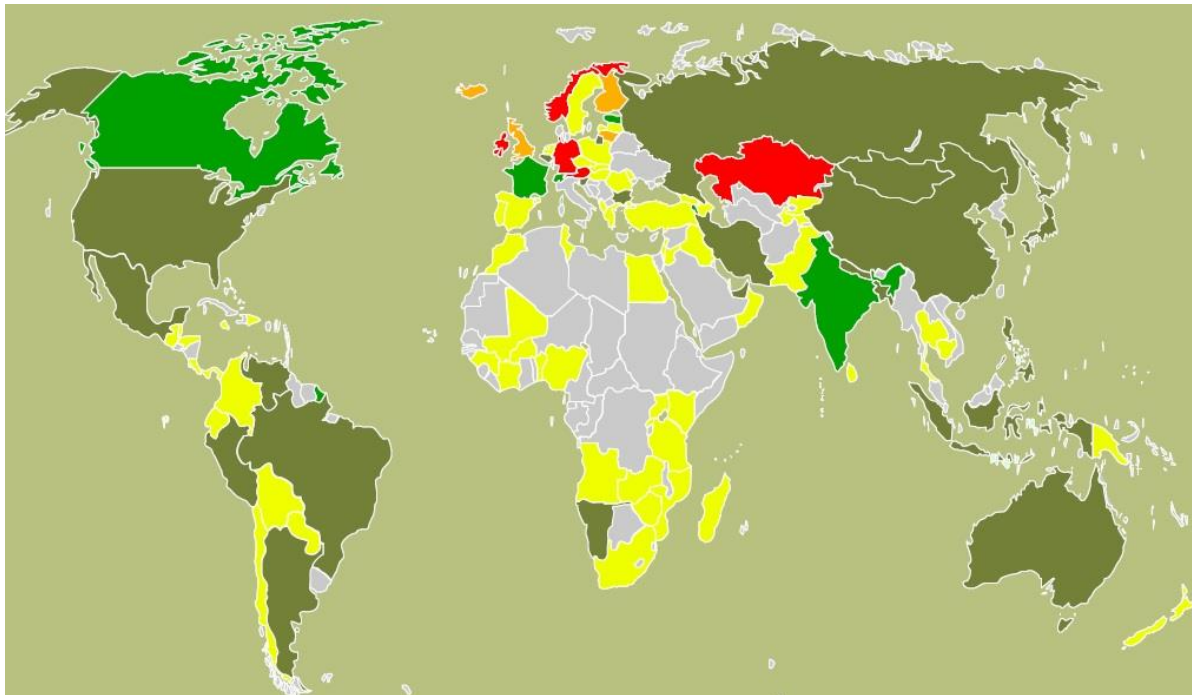
BASIC SECURITY THREATS OF THE ELECTRONIC VOTING SYSTEMS

Abstract. The real democracy is based on free elections, and they must be conducted fairly so that each vote is counted. For this to work, the electoral system must be an efficient and transparent one. The last few years have brought a renewed focus on to the technology used in the voting process. The current voting system has many security holes, and it is difficult to prove even simple security properties about them. A voting system that can be proven correct has many concerns. There are some reasons for a government to use electronic systems are to increase elections activities and to reduce the elections expenses. Still there is some scope of work in electronic voting system because there is no way of identification by the electronic voting system whether the user is authentic or not and securing electronic voting machine from miscreants. This paper provides an overview of the experiences of other countries using electronic voting machine.

Key words: e-democracy, e-votes, voting system, e-voting feasibility, voting security threats.

There has been much talk about an electronic voting system in recent years. In many countries this is being implemented, but discussions about the necessity and improvement of the system are still going on. In expert community's opinion, the big problem is that society is not ready to the not transparent computer systems and can't completely trust voting systems that still can be supervised by unknown forces [1].

The social life in 21-st century, having so many technological changes around, still mostly remain in usage of basic voting technologies, known from Ancient Greece and Ancient Rome. Last few decades have some directional implementations, but they continuously are very specific from one country to another from the simple perforation stumps to sophisticated blockchain platforms. In the picture below could be seen general world countries distribution about new voting systems perspectives.



Source: www.e-voting.cc

The image color scheme:

- Gray – don't plan to have e-voting,
- Yellow – some undefined plans for future e-voting implementation,
- Orange – real plans for Internet voting implementation for the next 10 years,
- Dark green – use *legally binding* specific mechanical, electrical and electronic devices,
- Green – use Internet voting, (*legally binding with other voting technologies*),
- Red – stop use of any non-classic voting technologies,

Currently, there are four main methods of voting that involve at least some steps accomplished through electronic means. Various implementations of each method can be encountered in practice, but the main methods are [2], [3]:

1) **Electronic counting** – in this type of voting, only the counting of the cast ballots is done using an electronic system.

2) **Paper-based electronic voting machines** – in this type of voting, the generation of the ballot is done using an electronic system.

3) **Direct-recording electronic (DRE) voting machines** – this type of voting is the next iteration over the previous method. For verification purposes, DRE machines can have a *voter verification paper audit trail (VVPAT)* system implemented.

4) **Remote online/Internet voting** – in this type of voting, the voter does not have to go into the voting booth in order to make his choice.

The “electronic voting” term is potentially broad, referring to some distinct possible stages of electronic usage in time of election period. For the purposes it is important to distinct terms:

- **Electronic voting**, that refers to any system where a voter's ballot is used in electronic system, rather than a paper ballot (or mechanical machine to punch a paper ballot). Being once recorded, an electronic vote is stored digitally and after this it can be transferred from each electronic voting machine to a counting system.

• **Electronic vote counting**, that refers to the system that is used to tabulate ballots and award seats. It would be possible to vote using a non-electronic medium and then convert these votes to an electronic system and award seats through an electronic vote counting system

In nowadays it is possible to be analyzed a large number of positive and negative experience cases from all around the world in electronic voting systems use – Australia, Brazil, India, Costa Rica, Canada, Estonia, Finland, Germany, Panama, USA and many other countries [4], [5].

Any voting system needs to be efficient, that means that the expenses should not exceed reasonable limits and the results should be as close as possible to the fundamental democracy principles. Electronic voting system can significantly reduce the election processes costs, but it brings many threats to the second part of this equation.

Understanding the risks to our election systems requires understanding the threats to these systems posed from both inside and outside factors, that can have intention to influence the election results. The vulnerability of any should be treated as the high nation level security risk.

Some systems like **Helios** and **Remotegrity** use different levels of encryption to allow voters to verify that their ballots were accurately received and counted [6]. But, unfortunately, cryptography doesn't protect Internet-based elections against widely spread types of cyber-attacks like DDoS, spoofing, coercion, design flaws, trojan horses, and many kinds of ordinary software bugs. As larger is the number of election procedures to be moved to the Internet platforms and as large is the number of voters – as such e-voting system is more vulnerable. Computer professionals have an obligation to explain these risks.

It is important to mention, that pilot projects are routinely declared successes, regardless of any problems encountered. However, it is dangerous to draw conclusions from a "successful" Internet voting pilot project. There is little reason to attack a small pilot project, and a malicious player might refrain from attacking a major election until the new technology is entrenched. Having claimed success, independent of proof of the accuracy of the pilot project, Internet-voting vendors and enthusiasts routinely push to extend Internet voting to a broader group of voters, thereby seriously undermining election security. [7].

Malicious attackers are not likely to publicize their attacks. When election officials and policymakers ask for proof that a voting system has been attacked, it is important to keep in mind that detecting well-devised attacks is inherently difficult. The burden of proof that a voting system has not been attacked should fall on those making the claim, not the other way around.

Based on made threats and security risks analysis, it can be specified that there are many possible vulnerabilities in the e-election system, that can be used to compromise it – focused on technology, focused on psychology of voters, the imperfections of the electoral system etc. in the same way, a big variety of particular sub-class vulnerabilities can be specified for each of them. For example, for the voters can be mentioned: *Credential theft*, *Modification of the blank ballot presented to the voter*, *Modification or disclosure of the voter's ballot*, *Redirection of the voter using phishing* etc.

In concordance with [8], several measures can be recommended to secure the e-election system:

- 1) Anti-DDoS Protection
- 2) Access Control
- 3) Data Integrity and Secure
- 4) Network Flow Analysis and Monitoring
- 5) Network Segmentation
- 6) Back-ups and Recovery Procedures

Conclusion. Cybersecurity will continue to be a challenge. Threats against different democracy instruments will remain. Fake news and false narratives that feed on fear and are perpetrated by those who want to undermine diverse and vibrant democracy will continue to pollute interconnected digital world. One of the best defenses will be educating the public to these threats and helping illuminate the actions of bad actors when they are discovered. The balance between the integrity of election technology on the one hand and convenience on the other is both a public-policy and a technological issue. Decision makers must be warned of all the risks in order to craft wise policy.

References:

1. Matei Vasile. A look at electronic voting systems from around the world <http://thesponge.eu/index.php?idT=4&idC=17&idRec=1160&recType=story>
2. Buchsbaum, T. "E-voting: International developments and lessons learnt". Proceedings of Electronic Voting in Europe Technology, Law, Politics and Society. Lecture Notes in Informatics. Workshop of the ESF TED Programme, Wien, March 18-2017
3. Springall, Drew; Finkenauer, Travis; Durumeric, Zakir; Kitcat, Jason; Hursti, Harri; MacAlpine, Margaret; Halderman, Alex, Security Analysis of the Estonian Internet Voting System, retrieved 3 December 2017
4. Sanjay Kumar, Ekta Walia Analysis of electronic voting system in various countries / International Journal on Computer Science and Engineering (IJCSSE) ISSN: 0975-3397 Vol. 3 No. 5 May 2011
5. T. Kohno, A. Stubblefield, A. D. Rubin and D. S. Wallach, "Analysis of an Electronic Voting System", IEEE Symposium on Security and Privacy. IEEE Computer Society Press, May 2014.
6. Ana Alexandre. Blockchain-Based E-Voting. Coin-Telegraph. Mar. 07, 2019
7. William A. Carter . CSIS Election Cybersecurity Scorecard: The Outlook for 2018, 2020 and Beyond, CSIS - 2018, <https://www.csis.org/analysis/csis-election-cybersecurity-scorecard-outlook-2018-2020-and-beyond>
8. Compendium on Cyber Security of Election Technology. NIS Cooperation Group, 2018. https://www.riaa.ee/sites/default/files/content-editors/kuberturve/cyber_security_of_election_technology.pdf

Н. В. Зачосова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМИ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ НА МІКРО ТА МАКРОРІВНІ

Процес забезпечення фінансово-економічної безпеки на державному рівні та на рівні окремих господарських структур вимагає наявності значної кількості ресурсів, основним із яких є кадровий ресурс. Насправді, проблема кадрового забезпечення механізму безпеки орієнтованого управління є досить суттєвою, особливо в умовах відсутності достатніх фінансових засобів для організації комплексних системи фінансово-економічної безпеки. За належної фінансової підтримки підприємство, установа або організація можуть собі дозволити придбати сучасні захисні системи для гарантування силової (фізичної) безпеки, створити техніко-технологічні умови для захисту інформації, у першу чергу тієї, що становить комерційну таємницю або містить персональні дані клієнтів, партнерів й інших категорій стейкхолдерів, сформувати резервні фонди для покриття можливих збитків від реалізації загроз. Однак, у ситуації, коли матеріальна складова заходів підтримання належного рівня безпеки є мінімальною, на перший план виходить кадровий потенціал підприємства. Працівники, їх ефективні та раціональні рішення щодо управління ресурсами організації стають останньою лінією оборони у боротьбі за захист діяльності підприємств від негативного впливу різного роду небезпек і загроз. Рівень їх знань, навиків і досвіду визначає у значній мірі ефективність тих заходів, які буде прийнято для забезпечення економічної безпеки.

Існує одразу кілька проблем щодо кадрового забезпечення безпеки орієнтованого управління. І виявляються вони як на рівні господарських структур, так у діяльності органів державної влади, що опікуються питаннями підтримки стану фінансово-економічної безпеки на національному рівні. Перша проблема – це відсутність спеціалізованої підготовки у осіб, на яких покладаються завдання формування систем фінансово-економічної безпеки та управління нею. Лише кілька років тому заклади вищої освіти розпочали підготовку фахівців у напрямку забезпечення фінансово-економічної безпеки переважно на рівні магістратури. Тобто освітяни силяться за півтора-два роки підготувати професіонала, здатного підтримувати належний рівень матеріальної, інформаційної, фізичної, правової та інших складових економічної безпеки, що є практично неможливим без попередньої базової підготовки. Згодом, молоді люди, що опанували цю професію, звертаються до роботодавців, однак ті не готові довірити питання забезпечення безпеки особам, що не мають досвіду роботи. На високих посадах служб економічної безпеки великих компаній залишаються особи без спеціальних знань і навиків у царині економіки та фінансів, які, проте, мають воєнну

підготовку, проходили воєнну службу або працювали в силових структурах. Для українських реалій забезпечення економічної безпеки у більшості випадків продовжує зводитись до організації фізичного захисту активів підприємств, установ, організацій від псування, викрадення та нецільового їх використання. Подібна ситуація спостерігається і на рівні державної влади, коли відповідальність за національну, економічну і фінансову безпеку держави покладають на осіб, які не розуміють багатоваріантності цілей та завдань своєї посади, що призводить до тих економічних реалій, які є притаманними для України у 2019 році.

Однак, аналіз програм підготовки фахівців цього напрямку у різних ЗВО свідчить про усвідомлення необхідності опанування спеціалістами у цій царині широкого кола умінь. Так, у Київському національному економічному університеті імені Вадима Гетьмана підготовка фахівців з управління фінансово-економічною безпекою передбачає формування у них навиків щодо: розробки та реалізації стратегії фінансової безпеки суб'єкта господарювання та держави; фінансового аналізу економічного напрямку забезпечення національної безпеки; управління ризиками та внутрішнього контролю; фінансової комунікації та конкурентної розвідки; фінансової діагностики та моніторингу загроз діяльності суб'єкта господарювання; управління поведінкою персоналу та нейтралізації корпоративних конфліктів; оцінки та управління вартістю суб'єкта господарювання; попередження правопорушень у фінансово-економічній сфері; захисту комерційної таємниці та управління професійними ризиками; ефективної протидії економічній злочинності та рейдерству; антикризового управління підприємства [1]. В Університеті банківської справи підготовка фахівців з управління фінансово-економічною безпекою передбачає розвиток розуміння: методології побудови стратегії забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства, аналізу з використанням економіко-математичних методів з урахуванням ризиків; методики і технік проектування системи фінансово-економічної безпеки підприємства, установи, організації; засад фінансово-кредитних відносин з метою фінансового забезпечення інвестиційних проектів; експертизи і моніторингу інвестиційних проектів; прогнозування та регулювання грошових потоків в умовах невизначеності [2]. В Одеському національному політехнічному університеті майбутні фахівці з управління фінансово-економічною безпекою отримують знання в таких царинах, як: теорія безпеки соціальних систем, безпека в технічних системах, комп'ютерне моделювання складних економічних систем, стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства, інноваційні технології прийняття управлінських рішень, фінансовий менеджмент, управління ризиками, організація та управління системою фінансово-економічної безпеки, кадрове забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства, стратегічний та інноваційний менеджмент у сфері фінансово-економічної безпеки, фінансовий аналіз, оцінювання і прогнозування фінансово-економічного стану та розвитку підприємства, контролінг, інформаційно-аналітичне забезпечення економічної безпеки та захист інформації, облік і аналіз в управлінні економічною безпекою, правове забезпечення безпеки суб'єктів господарської діяльності в Україні, організація та управління майновою та особистою безпекою, соціальна відповідальність, інтелектуальна власність й авторське право, інфокомунікації в освіті, науці та бізнесі [3].

Таким чином, професіонал з управління фінансово-економічною безпекою повинен мати фінансову, юридичну, кадрову підготовку; знатися на сучасному законодавстві аби своєчасно розпізнати порушення, що вчиняються як самим суб'єктом господарської діяльності та можуть призвести до збитків і втрати ділової репутації, так і тих, що вчиняються супроти його інтересів власними працівниками, клієнтами, контрагентами тощо. Важливим етапом підготовки має бути опанування інформаційних технологій, прийомів фінансової роботи, психологічних аспектів взаємодії із іншими категоріями працівників тощо.

Проблеми кадрового забезпечення фінансово-економічної безпеки на мікро та макрорівні не обмежуються лише низьким рівнем підготовки та непрофесіоналізмом відповідальних за її стан осіб. Є вади і у методичному інструментарії відбору працівників [4], і у їх оцінюванні [5]. Вагоме значення для ефективності цього процесу має організаційна

складова, адже на більшості вітчизняних підприємств на разі не існує спеціалізованих підрозділів для забезпечення захисту фінансово-економічних небезпек і загроз. Ці функції поділяють між собою різні відділи, і тому вести мову про комплексний характер управління фінансово-економічною безпекою не доцільно. Відсутнім також є інформаційне забезпечення осіб, які беруть участь в управлінні фінансово-економічною безпекою. Не розроблені концепції та стратегії фінансово-економічної безпеки, не ведуться ні карти, ні каталоги ризиків, інструментарій ризик-менеджменту використовується рідко та має фрагментарний характер. Тому нині дуже важливим завданням на науковому та прикладному рівні є визначення переліку компетенцій фахівців з управління фінансово-економічною безпекою для підготовки спеціалістів, готових до комплексного забезпечення ефективного функціонування систем економічної безпеки та всіх їх функціональних підсистем (фінансової, юридичної, силової, кадрової, інформаційної та інших), а також розробка зразків документів, якими мають керуватись власники та менеджери підприємств, установ й організацій під час створення систем економічної безпеки та розподілу функцій щодо управління ними на прикладному рівні.

Список використаних джерел та літератури:

1. Спеціальність 8.18010014 – Управління фінансово-економічною безпекою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://kneu.edu.ua/ua/plicants/missions/edine_vikno_vstupnika/new_sp/upr_feb/
2. Спеціалізація «Управління фінансово-економічною безпекою» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://khibs.ubs.edu.ua/specializaciya-upravlinnya-finansovo-ekonomichnoyu-bezpekoju/>
3. Управління фінансово-економічною безпекою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ac.opu.ua/specialization/upravlinnya-finansovo-ekonomichnoyu-bezpekoju>
4. Занора В. О. Управління кадрами: узагальнення методичного інструментарію відбору працівників / В. О. Занора, С. В. Драч // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2016. - Вип. 5(1). - С. 89-92
5. Занора В. О. Управління кадрами: методичний інструментарій оцінювання управлінців промислових підприємств / В. О. Занора // Вісник Черкаського університету. Серія : Економічні науки. - 2016. - № 1. - С. 31-37.

Р. Коришков

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Класичні підходи до оцінювання інвестиційної діяльності підприємства є доволі поширеним питанням в дослідженнях науковців. У науковій літературі особливу увагу приділяють аналізу перспективних інвестиційних проєктів для забезпечення стратегічного розвитку підприємств у сфері торгівлі. Однак в умовах значних ризиків як на зовнішньому, так і на внутрішньому рівні, особливої актуальності набуває вдосконалення управління інвестиційною діяльністю з урахуванням факторів ризику. Досліджуючи основні тенденції інвестиційної діяльності підприємств, можна визначити, що основним видом інвестиційної діяльності є капітальні інвестиції, а саме інвестування фінансових ресурсів для розвитку підприємства, що забезпечує належний конкурентний статус.

Інвестиційна діяльність повинна відповідати стратегії розвитку підприємства, бути перспективною, концентрувати більше капіталу, забезпечувати платоспроможність підприємства, реалізовуватись в умовах мінімального розвитку. Ці принципи повинні послідовно відображатись окремими коефіцієнтами та параметрами, що визначають функціональні та ресурсні особливості підприємства. Найбільш скомпонованою характеристикою функціонування підприємства є його інвестиційна привабливість, рівень якої визначається за допомогою фінансових показників, а саме платоспроможності, рентабельності, ділової активності.

Наведене вище дало змогу визначити основні етапи розробки інвестиційної стратегії підприємства та дати рекомендації щодо підвищення ефективності управління його інвестиційною діяльністю:

1. Розробка інвестиційної стратегії підприємства, у процесі якої, формується система цілей і цільових показників;
2. Створення організаційних структур, які забезпечують прийняття і реалізацію управлінських рішень;
3. Розробка системи стимулювання прийняття управлінських рішень;
4. Здійснення інвестиційного контролю та корегування стратегії з урахуванням змін.

Отже, система інвестиційного потенціалу підприємства має повноваження, тобто здатність директора та спеціалістів до організації оптимального залучення та використання інвестиційних ресурсів, а саме підвищення інвестиційної привабливості підприємства на ринку.

Список використаних джерел та літератури:

1. Блонська В.І. Ефективність інвестиційної діяльності підприємств торгівлі та шляхи її покращення / В.І. Блонська, А.М. Найда // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.5. – С. 173-178.
2. Бутирина В.М. Управління фінансовими інвестиціями підприємства в умовах економічної кризи / В.М. Бутирина, О.С. Семерикова // Прометей : регіон. зб. наук. праць з економіки. – 2012. – № 2(35). – С. 253-257.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Білоус С.П.

О. Д. Курченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

У сучасних умовах фінансової глобалізації та посткризового відновлення, для нашої держави набуває актуальності питання забезпечення національної економічної і фінансової безпеки, що є запорукою сталого розвитку країни. Саме тому кожна незалежна та суверенна держава має розробити комплекс прийомів і заходів, іншими словами, концептуальних основ забезпечення фінансової безпеки з метою збереження та зміцнення своїх фінансових можливостей і реалізації фінансових інтересів на міжнародній економічній арені.

Для України збільшення кількості загроз економічній та фінансовій макробезпеці є значною економічною проблемою. Нестабільність сучасного економічного ринку, фінансові кризи стали причиною виникнення певного колапсу міжнародних фінансово-економічних відносин. Велика кількість несприятливих подій та факторів у фінансовій сфері уповільнюють економічний ріст і розвиток, і для більшості держав створюють труднощі для переходу до ринкових механізмів господарювання. Також зазначені обставини формують негативні умови для розвитку більшості напрямів фінансової політики держави, таких як бюджетна, податкова та валютна політика.

Фінансова безпека держави виступає як певний стан її фінансово-кредитної сфери, що характеризується збалансованістю та якістю системної сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, а також стійкістю до внутрішніх і зовнішніх негативних чинників, загроз, здатністю на державному рівні забезпечувати захист національних фінансових інтересів, необхідні та достатні обсяги фінансових ресурсів для всіх суб'єктів господарювання і населення і в цілому - ефективне функціонування національної економічної системи і соціальний розвиток [1].

Фінансова безпека є основною умовою здатності держави до реалізації самостійної фінансово-економічної політики відповідно до її національних інтересів. Забезпеченням фінансової безпеки вважають комплекс дій з боку держави та суспільства з метою реалізації загальної національної ідеї та організації захисту національних цінностей та інтересів держави шляхом підтримки фінансової стабільності, що досягається через збалансованість фінансів, підтримання рівня достатньої ліквідності та наявності необхідних фінансових ресурсів [2].

Механізм забезпечення фінансової безпеки держави поєднує такі елементи: організаційну структуру (системну сукупність органів законодавчої виконавчої і судової влади, суб'єктів господарювання та громадських інституцій, які задіяні у забезпеченні фінансової безпеки); сукупність принципів забезпечення фінансової безпеки держави; методи забезпечення безпеки фінансово-кредитної сфери; основні функції щодо підтримання фінансової безпеки на належному рівні; правові засади, завдяки яким регламентуються відносини у сфері розвитку та функціонування системи забезпечення фінансової безпеки (закони та нормативні акти); підсистему моніторингу стану фінансово-кредитної сфери країни; підсистему інформаційного та аналітично-прогнозного забезпечення; повноваження та завдання основних суб'єктів системи забезпечення фінансової безпеки [1].

Усі ці складові механізму забезпечення фінансової безпеки держави взаємопов'язані. Дія механізму забезпечення фінансової безпеки держави ґрунтується на певних принципах (рис 1).

Під час формування механізму управління фінансовою безпекою держави її управлінській апарат ставить за мету забезпечення цього механізму максимальною відповідністю нормам фінансової політики певного періоду, що здійснюється як етап підготовки перед самою реалізацією цілей і завдань фінансової політики держави.

Отже, однією з основ підтримки високого рівня фінансової безпеки держави є механізм її забезпечення, що є комплексом законодавчих актів, правових норм, фінансових методів та специфічних прийомів, завдяки яким стає можливим досягнення цілей безпеки або вирішення термінових проблем та завдань фінансової політики.



Рис. 1. Принципи забезпечення фінансової безпеки держави
Складено автором на основі джерела [3, с. 59]

Забезпечення фінансової безпеки держави може бути втіленим на прикладному рівні лише за умови дотримання національних інтересів у фінансовій сфері, з огляду на існуючі фінансові загрози, за умови що буде обрано ефективний метод їх попередження або усунення (наприклад, впровадження інноваційних технологій у фінансовому секторі національної економіки). Ефективне функціонування національної економіки держави та її економічне зростання може бути результатом лише узгодженої взаємодії усіх елементів механізму забезпечення фінансової безпеки.

Список використаних джерел та літератури:

1. Єрмошенко М.М. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство : наук. моногр. / М. М. Єрмошенко, К. С. Горячева. – К. : Національна академія управління, 2010. – 232 с.
2. Ревак І.О. Механізм забезпечення економічної безпеки в системі економічної безпеки держави: теоретичний аспект / І.О. Ревак, А.М. Дудидра // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія економічна. - 2016. - Випуск 1. - С. 246-255.
3. Ліпкан В.А. Національна безпека України: [навч. посібник] / В.А. Ліпкан. – К.: Кондор. – 2008. – 552 с.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Зачосова Н. В.

М. О. Кусяка

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НЕФОРМАЛЬНІ АСПЕКТИ ПРИ РОЗРОБЦІ РІШЕНЬ

Багато хто вважає, що в формуванні управлінського рішення максимально точний результат можна отримати лише використовуючи математичні методи на базі конкретизації завдань. Але цей шлях виявляється важким. Перш за все, досить не легко правильно створити модель об'єкта який досліджується за певним принципом. По-друге, точний математичний підхід до завдань не враховує ймовірний результат рішень. Тому найчастіше керівнику доводиться включати інтуїцію та продумувати наступний хід подій, які настають в наслідку здійснення рішення, яке було прийнято. По-третє, зміст управлінської діяльності має неформальний та творчий характер. Отже, вищезазначені судження і низка альтернативних властивостей діяльності керівника свідчать про те, що необхідно враховувати неформальні аспекти в процесі розробки різноманітних рішень.

Ухвалення управлінського рішення розуміються як процес його розробки та вибір, результату вибору суб'єкта управління способу дій, що наводяться задля ухвали певної проблеми в управлінні. Головним ключовим є забезпечення координувальної дії на об'єкт під управлінням задля завершення поставленого задуму. Управління – це спрямована дія суб'єкта управління на об'єкт управління, які мають певну взаємодію [1].

Різнманітні джерела дають різні визначення теорії прийняття рішень, проте розрізняють вузькі й розширені. У вузькому значенні прийняття рішення має значення вибору найкращого з безлічі варіантів, а у розширеному ототожнюється з процесом управління [2].

Існує певний алгоритм послідовності управлінсько - аналітичної думки при неформальному підході: визначення суті проблеми та її реальної потреби для організації; спогад про існування такої проблеми в минулому та шляхи її вирішення; створення групи людей, які можуть якнайкраще проаналізувати проблему; організація роботи та знаходження шляхів розв'язку проблеми; отримання певного результату.

На сьогоднішній день наука у галузі прийняття управлінських рішень виходить на новітній рівень, оскільки починають розробляти управлінські технології, які ефективно впливають та розв'язують управлінські задачі. Застосування цих технологій для отримання управлінських рішень, які будуть ефективними, є однією з головних рис успішного управління.

Оскільки управлінське рішення, що було прийняте і реалізоване керуючим, має наслідки як для нього особисто, так і для працюючих, корпорації або усього суспільства, однак відповідальність за наслідки рішення, яке було прийнято, завжди лягають «на плечі» управлінця.

Список використаних джерел та літератури:

1. Прийняття управлінських рішень: навч. посіб. / Ю. С. Петруня, В. Б. Говоруха, Б. В. Літовченко та ін.; за ред. Ю. С. Петруні. – 2-ге вид. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 216 с.
2. Гончаров І. В. Ризик та прийняття управлінських рішень: навч. посіб. – Х.: НТУ «ХПІ», 2003. – 150 с

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О.О.

М. О. Кусяка

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Будь-яка організація має піклуватися про рух виробництва, оновлення технологій і обладнань. Колектив, який проживає теперішнім днем, нарікає організацію на крах компанії. Тому, щоб у майбутньому отримати удачу, потрібно сьогодні витратися.

У практиці управління водночасно можуть застосовують різноманітні методи, а також їхнє поєднання. Можна зазначити, що кожен метод керування доповнюється і виявляються в неодмінній рівновазі одне з одним.

Актуальність даної теми постає в тому, що управлінські методи впливають на ріст кожної компанії вцілому. Втілення в життя завдань і цілей компанії, керуючий виконує застосовуючи різноманітні способи. Отже, методи управління - це поєднання прийомів і способів впливу на об'єкт котрий підпорядкований для того щоб виконувати цілі, які були поставлені організацією.

Виділяю три основні, традиційні методи управління:

1. Адміністративні
2. Економічні
3. Соціально – психологічні

Тож, розглянемо кожну модель окремо.

Окремий щабель в системі методів управління посідають адміністративні (по-іншому - організаційно-розпорядчі), так як вони складаються з способів й прийомів, які впливають на суб'єкт та об'єкт управління.

Метою цих методів є розвивання у працівника економічного інтересу, правового зв'язку, гарантування гармонії у стосунках між ними, нерозривного зв'язку особистих, спільних і суспільних інтересів, організація умов для досягнення професійного, духовного і фізичного розвитку [1].

В сучасному світі, коли рівень освіченості працівників фірм зростає, а працівник впевнений, в тому, що хоче і готовий нести відповідальність за виконання зобов'язань, їх керівники повинні обережно використовувати силою своєї посади. Так як, адміністративні методи втілюються через певні документи і у більшості випадків, оформляються у письмовому вигляді, то рівень сили і авторитету влади закладається ще на фазі створення цих документів і виражається вже на стадії доведення їх змісту до виконавців та під час контролю за виконанням цих документів. [2].

Отже, адміністративний метод постає способом втілення управлінських дій на персонал, а також базуються на дисципліні, стягненні та владі.

Поліпшення економічної системи та перехід її до ринкових відносин поставило напрям на зміни в країні, що спрямовуються задля активізування економічних методів керувати, мати справу та пізнавати економічні закони.

Щодо економічних методів управління – це порядок економічних впливів і заходів, в наслідок яких можливо впливати на розпорядчі об'єкти задля досягнення відповідної мети і гарантування цілісності інтересів громади, підприємства та працівників [3, с. 66].

Кожен з методів надає можливість мати вплив на поведінку об'єктів управління на різноманітних ступенях – починаючи з особи до держави. Отже, держава для організації використовує важелі такі як:

- політика заробітної плати,
- кредити
- система пільг,
- податки,
- економічні санкції тощо.

Щодо підприємства, то воно забезпечує співвідношення особистісних і колективних бажань, впливає на хід виробництва за допомогою запланованих показників і поєднаних з їх виконанням форм і систем оплати роботи тощо.

Як на мене, то економічні методи мають підвищувати і стимулювати мотивацію персоналу, сприяти підвищенню матеріальної зацікавленості, підвищенню ефективності і результативності роботи, також позитивно впливати на результат діяльності керівника.

В ринкових умовах значною мірою зростає роль соціально- психологічних факторів управління. Доцільна організація може забезпечити високо – продуктивну працю лише тоді, коли буде ефективно використовуватися індивідуальні й психологічні особливості працівників.

Під соціально-психологічними методами пояснюють комплекс методів дії на особистісні відносини і зв'язки між працюючими і соціальні процеси в організації [4].

Таким чином, соціально-психологічні методи управління керівним персоналом проявляють собою конкретні засоби впливу на формування і розвиток керівника, його свідомість і поведінку, класифікуються на соціальні і психологічні, формують у керівного персоналу творчі відносини до виконання обов'язків та ініціювання, створення умови для розвитку індивіди, поєднують особисті і колективні інтереси надаючи перевагу інтересам держави і органів державної влади.

В підсумку можна зазначити, що методи управління в основному діють комбіновано, тому не слід порівнювати ці методи, розділяючи їх на головні і другорядні. Їх потрібно розглядати в системі єдності та спорідненості, так як їхнє комбіноване застосування сприяє щонайкращому досягненню поставлених цілей та розвитку підприємства.

Список використаних джерел та літератури:

1. Гладунський В. Н. Адміністративні методи менеджменту, правила та закони логіки / В. Н. Гладунський, Г. І. Берегова // Вісник Ун-ту банківської справи Нац. банку України. – 2013. – Вип.1 (16). – 97-101 с.
2. Білик В.В. Сутність інвестицій та наукові підходи до інвестиційної діяльності//Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки. 2015. № 2 (222). Т. 2. С. 112-115
3. Менеджмент: Підручник / Стадник В. В., Йохна М. А. – К.: Академвидав, 2010. – 472 с.
4. Недашківський М.М. Менеджмент персоналу / М.М. Недашківський, Г.І. Євтушенко, Л.П. Гацька / ДПА України. Академія ДПС України. – Ірпінь, 2002. – 252 с.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

Д. М. Куценко

Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, м. Черкаси

КАТЕГОРІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ: ТЕОРЕТИЧНЕ І ПРИКЛАДНЕ ЗНАЧЕННЯ

Нині проблема забезпечення економічної безпеки набуває актуальності як на теоретичному, так і на прикладному рівні. У теоретичній площині залишаються без відповіді проблемні питання формування комплексних систем економічної безпеки суб'єктів

господарювання з урахуванням специфіки виду їх економічної діяльності, юридичної форми організації тощо [1], а також відсутніми є дієві стратегії щодо забезпечення економічної безпеки підприємств, установ, організацій на перспективу. Методичною проблемою у процесі забезпечення економічної безпеки господарських структур є розробка методики оцінювання рівня економічної безпеки, та власне механізми й алгоритми діагностики її стану також потребують перегляду. У прикладній площині відсутнє релевантне документальне забезпечення процесів управління економічною безпекою – такі важливі для діяльності у сповненому ризиків господарському середовищі документи, як Стратегія забезпечення економічної безпеки, Концепція організації системи економічної безпеки – на вітчизняних підприємствах або відсутні, або мають характер запозиченого у іноземних компаній шаблону, у який лише вписана назва підприємства, а решта – плагіат без жодного врахування характерних рис конкретного суб'єкта господарської діяльності. Такі обставини стають приводом до активізації нової хвилі досліджень у царині безпекознавства.

Категорія економічної безпеки у теоретичній площині досліджується одразу з кількох ракурсів: економічна безпека як характеристика стану глобальної економічної системи (наднаціональний, міжнародний рівень), економічна безпека як параметр стану національної економіки (державний рівень, макрорівень), економічна безпека як стан економіки окремого регіону (мезорівень), економічна безпека як характеристика рівня захищеності підприємницьких структур від різного роду економічних небезпек і загроз (мікрорівень), економічна безпека як рівень добробуту домогосподарств й окремих громадян (нанорівень). На прикладному рівні у процесі забезпечення економічної безпеки зазвичай виділяються лише економічна безпека держави, забезпечення якої є завданням національного значення та обов'язковою умовою для реалізації державних економічних інтересів і гарантування економічного суверенітету країни на міжнародній арені, й економічна безпека суб'єктів господарської діяльності – підприємств, установ, організацій, завдання забезпечення якої нині цілком і повністю покладається на власників і керівників цих суб'єктів, а державне втручання обмежується регулюванням і наглядом за станом і діяльністю окремих учасників ринкових відносин. Якщо забезпечення міжнародної, глобальної економічної безпеки є завданням, яке практично на рівні окремої країни вирішити неможливо, що пояснює нівелювання цієї проблеми у вітчизняній науковій літературі та у практичній площині, то питання особистої економічної безпеки має досліджуватись досить активно, зважаючи на стан соціального забезпечення більшості громадян України. Однак, на разі ця тематика залишена поза увагою наукової спільноти.

Зупинимось більш детально у наших наукових пошуках на категорії економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності. Саме її теоретичне та прикладне значення у тих економічних і політичних обставинах, які склалися нині в Україні, є визначальним для подальшого розвитку як науки безпекознавства, так і економічного розвитку держави в цілому. Соціально орієнтовані бюджети попередніх років довели неспроможність стати катализатором для відновлення економічного потенціалу країни у посткризовий період та призвели до деформацій у інфраструктурах ринків і стійкої фінансової залежності держави від зовнішніх фінансових донорів й інвесторів. Економічну безпеку суб'єкта господарської діяльності визначають і як стан наявних у нього ресурсів, використання яких у повній мірі гарантує забезпечення виконання його економічних інтересів; і як стан захищеності суб'єкта від настання та/або негативного впливу небезпек, загроз, ризиків на його економічні показники і характеристики; і як стан відсутності негативних факторів впливу на економічний стан суб'єкта господарювання (що в умовах ринкової економіки вважаємо неможливим); і як такий рівень організації економічної діяльності суб'єкта, що гарантує йому збереження наявних ресурсів й ефективно їх використання з метою задоволення потреб і інтересів усіх категорій стейкхолдерів в умовах впливу на процеси його економічної діяльності зовнішніх і внутрішніх загроз. Тобто, теоретичних підходів до конкретизації поняття економічної безпеки суб'єкта господарювання спостерігається велика кількість, а їх аналіз дозволяє дійти висновку, що більшість із них пов'язують категорію економічної безпеки із категоріями загрози, ризику, небезпеки, економічним та/або фінансовим станом підприємства, установи,

організації, показниками результатів діяльності економічного суб'єкта, реалізацією його економічних інтересів і задоволенням потреб його власників, персоналу, клієнтів, партнерів тощо. Водночас, у залежності від того, який саме вид економічних відносин є для суб'єкта господарювання основним, поняття його економічної безпеки повинно мати специфічні змістові характеристики, а на прикладному рівні мають спостерігатися особливості щодо забезпечення її стану. Так, для фінансових установ, наприклад, банків, страхових компаній, компаній з управління активами, поняття економічної безпеки має включати забезпечення захищеності не лише активів самої компанії, але і фінансових ресурсів, які були передані їй клієнтами на збереження або для ними управління з метою отримання пасивного прибутку. Економічна безпека неприбуткових організацій має бути у першу чергу пов'язана із успішним досягненням цілей такої установи, а не з її фінансовим станом або ресурсним забезпеченням. Підприємства державної форми власності підпадають під вплив меншої кількості загроз і ризиків, ніж ті суб'єкти господарювання, що постійно відчують необхідність пошуку ресурсів для провадження власної діяльності. Таким чином, особливості організації і функціонування кожного конкретного виду підприємств або установ мають знаходити відображення як під час визначення змістової сутності поняття їх економічної безпеки на теоретико-методичному рівні, так і під час формування системи її забезпечення у прикладній площині та в процесі управління такою системою.

Значення високого рівня економічної безпеки для нормального функціонування вітчизняних господарських структур у сучасних умовах ведення ними економічної діяльності важко переоцінити. Зокрема, механізм забезпечення економічної безпеки має бути спрямований на ефективну реалізацію усіх традиційних функцій менеджменту, але з орієнтацією на досягнення високого рівня економічної безпеки. Так, розпочинати управління економічною безпекою підприємства доцільно з планування результатуючих показників його діяльності, з подальшим їх коригуванням відповідно до обставин, які можуть бути спричинені дією тих чи інших загроз або навіть просто фактом їх існування або виникнення у певний конкретний момент часу. Також на етапі планування доцільно сформувати каталог ризиків, які впливають на діяльність підприємства, та спрогнозувати як позитивний, так і негативний результат такого впливу. Другим кроком у процесі управління економічною безпекою має стати організація захисту ресурсів суб'єкта господарювання та його стейкхолдерів (за наявності) від неефективного їх використання. На третьому етапі важливо мотивувати та стимулювати усіх учасників процесу забезпечення економічної безпеки до якісного і сумлінного виконання своїх обов'язків у царині безпеки орієнтованого управління. Останнім етапом є контроль стану економічної безпеки, якого вдалося досягти за результатами вжиття усього комплексу запланованих заходів. До процесу контролю доцільно долучити такі процедури, як оцінювання досягнутого рівня економічної безпеки підприємства, установи, організації, моніторинг загроз, що їх не вдалося попередити, та ризиків, дія яких принесла збитки компанії, а також визначення елементів системи економічної безпеки та механізму управління нею, які виявились неефективними. Завершується цей етап порівнянням досягнутих показників економічного стану суб'єкта господарювання та рівня його економічної безпеки із плановими та визначенням переваг і недоліків використаних керівництвом підприємства чи установи підходів до забезпечення економічної безпеки.

Суб'єкт господарської діяльності, що перебуває у стані економічної небезпеки, втрачає фінансові можливості для свого подальшого розвитку, а також конкурентні переваги. Для таких підприємств малодоступними є кредити, а інвестори не розглядають їх як вартий фінансових надходжень об'єкт бізнесу. У перспективі таким установам загрожує банкрутство та ліквідація, і запобігти цьому можна лише шляхом як своєчасного вжиття заходів щодо забезпечення як поточного стану економічної безпеки, так і підтримання її високого рівня у стратегічній перспективі.

Список використаних джерел та літератури:

1. Зачосова Н.В. Формування системи економічної безпеки фінансових установ: монографія / Н.В. Зачосова. – Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А. – Черкаси, 2016. – 375 с.

ЯКІСНІ МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ

При прийнятті стратегічних управлінських рішень, що являють собою сукупність дослідження як позитивних, так і негативних змін, які так чи інакше впливають на діяльність підприємства в майбутньому, застосовуються різні методи прогнозування. До таких методів належить кількісний (статистичний) та якісний (експертний).

Кількісні методи ґрунтуються на використанні достовірних статистичних показників за тривалий період часу та тенденції зміни показників у минулому для передбачення майбутнього стану досліджуваних явищ.

Якщо ж статистична інформація відсутня або її недостатньо, кількісний метод прогнозування є малоефективним. Тому застосовують якісний метод, що становить собою передбачення на майбутнє від узагальненої думки експертів та фахівців з досліджуваного питання.

Серед якісних методів прогнозування особливої уваги заслуговують метод експертних оцінок, тестування ринку, метод сценаріїв.

Метод експертних оцінок є найбільш офіційним серед інших. Суть його полягає в тому, що кожен експерт заповнює лист із запитаннями, де записує свої погляди на проблеми, а потім отримує відповіді колег і якщо при перегляді своїх попередніх ідей, фахівець не погоджується з думкою інших, його просять обґрунтувати чому. Дана процедура повторюється, доки група не дійде згоди.

Тестування ринку відбувається за участі досвідчених торгових агентів, що близько знайомі зі споживачами та їх потребами і можуть досить точно передбачити майбутній попит.

Метод сценаріїв базується на результатах опитувань клієнтів організації, вони оцінюють власні та нові потреби в майбутньому. Так, отримавши дані, зробивши певні коригування та оцінку, виходячи з власного досвіду, фахівець цілком точно може передбачити сукупний попит [1].

При виборі методу прогнозування досить важливим є його оптимальність, оскільки це значно поліпшує якість прогнозу, його вірогідність, а також дозволяє зменшити витрати на прогнозування. Аби достовірніше передбачити прогноз, слід попередньо з'ясувати суть досліджуваної проблеми, систематизувати вже наявну інформацію про об'єкт прогнозу і чітко визначити особливості конкретної проблеми. Також слід врахувати наявність необхідних статистичних даних, компетентність фахівця і точний час для збирання і дослідження показників [2].

І звичайно, до кожного прогнозу існують загальні вимоги, такі як: своєчасність, поєднана з точністю, а також розгляд інших шляхів для досягнення результату; надійність, що вимірюється в грошових одиницях тощо.

Отже, дослідивши дану проблему, зрозуміло, що прогнозування також є однією з важливих складових успішності організації. Для її ефективності необхідно сформулювати кінцевий результат, грамотно підбирати експертів в даній галузі та точно передбачати всі проблеми, що можуть впливати на хід прогнозування.

Список використаних джерел та літератури:

1. Дубінін В. О. Аналіз проблеми прогнозування попиту на товари масового споживання в логістичній системі торгового підприємства / В. О. Дубінін, М. О. Дубініна. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія «Математичне моделювання в техніці та технологіях». – Харків: НТУ «ХПІ» – 2012. – С. 56–62.
2. Вишенська Н. М. Основні методичні підходи до аналізу та прогнозування попиту на продовольчі товари / Н. М. Вишенська. // Національне господарство України: теорія та практика управління. – 2009. – С. 185–193.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О. О.

ФАРМАЦЕВТИЧНИЙ МАРКЕТИНГ

Здоров'я – це найвища цінність для будь-якої людини. Але, на жаль, так думають не всі, і у разі виникнення проблем зі здоров'ям звертаються за спеціалізованою медичною допомогою у найкритичніших випадках. Тому виробникам ліків, аптекарям та лікарям доводиться прикладати чимало зусиль для просування ідеї здоров'я. А ефективно доносити дану ідею можливо лише в тому випадку, коли досконало розумієшся в психології людей та їх мотивацію. Саме вирішенням цих проблем і займається фармацевтичний маркетинг.

Фармацевтична продукція достатньо складна, тому для її просування звичайний маркетинг є малоефективним. А саме для лікарських препаратів створений фармацевтичний маркетинг, який буває простим і просунутим.

Існує багато споживачів, які вже хочуть купити ліки і вибирають, які саме придбати. Отримати вони хочуть кращий за свої гроші продукт, тому ретельно аналізують варіанти і ціни. Відповідно завдання у простого фармацевтичного маркетингу просте – переконати покупців, що саме дані ліки краще за ту ціну, яку клієнт готовий витратити.

Спирається простий маркетинг в сфері фармакології на інформацію про потреби покупців, на їх характеристики і мотивацію при покупці фармацевтичної продукції. Схема у нього проста – перш за все, відбувається вивчення клієнтів і їх мотивації. На підставі цього потім створюється і запускається реклама, яка мотивує клієнтів до покупки конкретних ліків.

Схема простого фармацевтичного маркетингу відпрацьована і активно застосовується багатьма представниками галузі. Вона дає результати, але є в ній і мінус, який полягає в тому, що схема дуже доступна, застосовується багатьма, що створює сильне навантаження на покупців. Всіма використовуються схожі інструменти, на які з боку споживачів виробляється імунітет.

Високорозвинені фармацевтичні компанії вважають ефективнішим просунутий фармацевтичний маркетинг. Саме з його допомогою вони і досягли високих результатів. У тому числі завдяки тому, що він дозволяє створювати свої ринки і уникати прямої конкуренції. Відсутність прямих конкурентів дозволяє економити на просуванні і отримувати більше клієнтів за однакову суму.

Високий рівень фармацевтичний маркетинг побудований дещо на інших принципах, чим і відрізняється від простого варіанту. Якщо в основі простого варіанту лежать потреби, то в основі просунутого – ідеї. В основі будь-якої потреби лежить ідея, а товар – це спосіб її реалізації.

Коли вмієш створювати потреби - немає сенсу конкурувати за ті, які є на ринку. Дешевше і простіше створити потреби конкретно під свої ліки і тим самим відрізати конкурентів. При просунутому маркетингу все буде під вашим контролем, ви повністю будете керувати ситуацією. Чи зможете отримати для себе стільки споживачів, скільки потрібно для розвитку бізнесу.

Маркетинг в будь-якій фармацевтичній компанії завжди починається зі створення в ній маркетингової атмосфери. Проблеми з продажами в фармацевтичних компаніях зазвичай пов'язані з тим, що потрібні фахівці не досить розуміються на ідеї маркетингу. Отримати маркетинг найвищого гатунку, який принесе клієнтів і продаж, можна тільки після того, як маркетингологи будуть розумітися на ідеї. Впровадження маркетингу призводить до створення «скелета», до якого додається все інше: інструменти, стратегії, плани. Саме це і є його постановкою. Проводити її потрібно грамотно, щоб не отримати маркетинг, який існує для того, щоб гроші отримували маркетингологи, а не компанія.

На жаль, універсальних схем фармацевтичного маркетингу не існує. Все дуже індивідуально, тому немає сенсу шукати готові рішення, особливо безкоштовні. Користі від них мало і дуже часто вони завдають шкоди бізнесу. Щоб отримати якісний фармацевтичний маркетинг, необхідно враховувати багато факторів, починаючи від особливостей компанії, закінчуючи особливістю ринку.

Після того, як маркетинг впроваджений і поставлений – його залишається запустити. Засобом для маркетингу, який його рухає, є ідеї. З їх допомогою з'являються постійні та нові клієнти.

Підводячи підсумок, можна сказати, що фармацевтичний маркетинг – це досить складний процес, який потребує досконалого вивчення споживчих особливостей ринку. Але при грамотному впровадженні маркетингу в фармацевтиці, можна досягти найбільшої вигоди для підприємства.

Список використаних джерел та літератури:

1. Менеджмент у фармації. Підручник. За редакцією О.С. Кузьміна і Б. П. Громовика. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2005. – 448 с.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

Я. І. Кучерук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПІДБІР І ОЦІНКА АЛЬТЕРНАТИВ В УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕННЯХ

Альтернатива — це вибір між двома або кількома можливими шляхами вирішення проблеми, або наявність іншого варіанту.

Альтернативне рішення — можливість дослідити декілька варіантів розвитку подій, проаналізувати та обрати найбільш раціональне та ефективне рішення для вирішення певної проблеми. Процес обрання альтернативи зазвичай ділять на два етапи. На першому етапі альтернативи еквівалентні, а сам процес є пасивним. На другому етапі, коли обирається та чи інша альтернатива, то зважуються всі позитивні та негативні сторони обох.

Якість прийнятого рішення напряму залежить від особистості, яка безпосередньо приймаючи це рішення може визначити усі потенційні альтернативи. Неможливо вибрати альтернативу, якщо вона не була ретельно проаналізована. Для того, аби рішення було прийняте ефективно, потрібно розширити ймовірні альтернативи для вирішення проблеми.

До вибору альтернатив відносять критеріальні методи та методи експертних оцінок. На даний момент розроблено чимало операційних методів, що дозволяють персоні або колективам максимально використовувати їх можливості в різних аспектах вирішення проблем та прийняття рішень.

Однією з головних проблем скорочення впровадження нових ідей — їх критична оцінка. Також ще однією із причин є відмова досліджувати та аналізувати запропоновані ідеї.

Ефективність управлінського рішення — продуктивність, одержана внаслідок обробки та реалізації управлінських рішень в організації. Саме досконалість рішень та здійснення визначає їх ефективність. Навіть після того, як альтернативне рішення було прийняте та приведенне в дію, потрібно переконатися чи воно виправдає себе. Саме на цьому етапі проводиться оцінка наслідків цього рішення або порівняння по суті одержаних результатів з тими, які намагалися отримати.

Перед оцінкою повинні бути:

- визначені цілі;
- як слід визначені проблеми та рішення;
- уподібнені альтернативи, з яких буде зроблено вибір.

Коли відбувається оцінка варіантів, то розраховують на точні наслідки розвитку альтернативи. Проте немає повного контролю над розвитком кожного варіанту. Можна обрати певний варіант рішення, але тільки здогадуватися які будуть наслідки. Зазвичай найбільш важливі фактори перебувають поза впливом і контролем. Саме через це різні учасники прийняття рішення мають різні погляди на один і той же варіант і його можливі наслідки.

Прийняття рішення є свідомим вибором наявних варіантів або альтернатив напрямку дій, що зменшує невідповідність даного періоду часу та майбутнім станом організації. Процес вибору потенційних продуктивних варіантів проводиться виходячи з того, що серед багатьох альтернативних рішень завжди присутні схожі між собою.

Прийняття управлінських рішень є надзвичайно важливою частиною функціонування будь-якого підприємства. Ефективність роботи підприємств залежить від правильно прийнятого рішення. Проблема прийняття рішень є важливою, оскільки відіграє значну роль у будь-якій сфері людської діяльності.

Список використаних джерел та літератури:

1. Семенов А., Набоков В. Основи менеджменту: книга. М.: Видавничо-торгова корпорація «Дашків і К», 2010 — 576 с.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О. О.

Я. І. Кучерук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ІНФОРМАЦІЯ, ЇЇ ВИДИ І РОЛЬ У МЕНЕДЖЕМЕНТІ

Функціонування будь-якої організації нереальне без обміну інформації. Вона потрібна, щоб надати змогу менеджерам приймати ефективні рішення.

Керівництво інформаційним процесом накопичується в обміні інформацією між суб'єктом управління, об'єктом керівництва і поміж інших осіб.

Інформація — це дані перетворені в чіткому контексті, які формулюють конкретний стан події, задля зменшення невизначеності [1, с. 30].

Інформація може класифікуватися за призначенням, сферами виникнення та формами фіксації інформації, якими користуються в управлінні різні організації. Одними із головних класифікацій виділяють рівну та змістову. Завдяки рівній ознаці можна визначити спрямованість інформації: повідомна, командна та горизонтальна. Змістову інформацію класифікують за типами взаємозв'язків та сферою функціонування [2, с.52].

Класифікація інформації дуже важлива як для розгляду уже сформованої системи, так і для нової, яка тільки почала створюватися. Завдяки їй можна визначити ділянки, де надлишок або замало інформації. В управлінській організації потрібно спостерігати за доцільним співвідношенням координаційною, контрольною, плановою та обліковою інформацією. Іноді через відсутність облікової інформації менеджери розробляють планову, через що у висновку мають негативний вплив на ефективність прийнятих рішень.

Завдяки інформації, яка має важливі для оцінки ситуації та прийняття ефективного рішення, дає змогу директорові вчинити обґрунтоване рішення.

Роль інформації дуже суттєва при виборі рішень, які забезпечують роботу підприємства чи організації. По-перше, інформація несказанно важлива при прийнятті рішення, оскільки керівник завжди у стані невизначеності та ризику і її велика кількість дозволяє правильно проаналізувати всі за і проти. По-друге, організаціям завжди потрібна інформація задля результативного впливу на процес і на саме підприємство. По-третє, як передбачити економію від заподіяної інформації. Різні організації при використанні однієї і тієї ж інформації при веденні бізнесу матимуть різні результати.

Інформаційне забезпечення — сполучення відомостей за певними властивостями, які використовуються для вирішення конкретних задач. Головна задача інформаційного забезпечення полягає в тому, щоб зменшити витрати часу на консервативну роботу. Є два головних підходи для вибору інформаційного забезпечення: функціональний та інтегрований.

Функціональний створює всі операції для отримання та аналізу інформації, відштовхуючись від своїх даних, документообігу, каналів зв'язку та архівів. Управлінці самі збирають та аналізують інформацію і уже після цього створюють проекти управлінських рішень [3, с. 92].

Відповідно до інтегрованої системи інформаційного забезпечення проектування відбувається одразу під велику сукупність функцій управління. Використати цей підхід можна лише, якщо відбудеться передача інформації від ходу управління та виробництва.

Отже, інформація це один із найголовніших та найважливіших факторів у процесі управління та функціонування керівника, який істотно впливає на ефективність керування.

Список використаних джерел та літератури:

1. Литвин В.В. Технології менеджменту знань. — Львів: Видвн. лвівської політехніки, 2010. — 260 с.
2. Стадник В.В., Йохна М.А. Менеджмент. — Київ: Академвидав, 2007.
3. Твердохліб М. Інформаційне забезпечення менеджменту. – К.,2004.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

С. О. Луговський

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЧОМУ БРЕНД ВАЖЛИВИЙ?

Брендинг, за визначенням, є маркетинговою практикою, в якій компанія створює ім'я, символ або дизайн, які легко ідентифікувати як приналежність до компанії. Це допомагає легко впізнати продукт і відрізнити його від інших продуктів і послуг. Брендінг є важливим, тому що це не тільки те, що залишає враження на споживачів, але й дозволяє вашим клієнтам знати, чого очікувати від вашої компанії. Це спосіб виділити себе з конкурентів і доводить, що саме ви пропонуєте кращий вибір. Ваш бренд побудований так, щоб бути справжнім представником того, хто ви, як бізнес, і як ви бажаєте бути сприйнятим.

Є багато галузей, які використовуються для розробки бренду: рекламу, обслуговування клієнтів, рекламні товари, репутацію та логотип. Всі ці елементи працюють разом, щоб створити один унікальний і привабливий професійний профіль.

Брендинг є критично важливим для бізнесу через загальний вплив, який він робить на вашу компанію. Брендінг може змінити те, як люди сприймають ваш продукт, він може керувати новим бізнесом і підвищувати обізнаність про бренд.

Найважливіша причина брендингу - це те, як компанія отримує визнання і стає відомим споживачам. Логотип є найважливішим елементом брендингу, оскільки він, по суті, є обличчям компанії. Ось чому професійний дизайн логотипу повинен бути потужним і легко запам'ятовуватися, справляючи враження на людину на перший погляд. Друковані рекламні продукти - це спосіб досягти цього.

Брендинг є важливим при спробі генерувати майбутній бізнес, а міцно створений бренд може підвищити цінність бізнесу, надавши компанії більше важелів впливу на промисловість. Це робить його більш привабливою інвестиційною можливістю завдяки своєму міцному місці на ринку.

Сильний брендинг в цілому означає, що серед споживачів є позитивне враження про компанію, і вони, ймовірно, мають справу з вами через те, що вони знайомі та вважають надійним ваше ім'я, якому можуть довіряти. Після того, як бренд буде добре зарекомендованим, усні слова будуть найкращою і найефективнішою технікою реклами компанії.

Коли працівник працює у фірмі і дійсно стоїть за брендом, вони будуть більш задоволені своєю роботою і матимуть вищу ступінь гордості за роботу, яку вони роблять. Робота для бренду, який є авторитетним і допомагає з високою повагою серед громадськості, робить

роботу для цієї компанії більш приємною та повноцінною. Наявність фірмового офісу, який часто може допомогти співробітникам почувати себе більш задоволеними і мати відчуття приналежності до компанії, може бути досягнуто за допомогою рекламних товарів для вашого робочого столу.

Професійний зовнішній вигляд і добре розроблений брендинг допоможуть компанії зміцнити довіру до споживачів, потенційних клієнтів. Люди з більшою ймовірністю займаються бізнесом з компанією, яка має витончене та професійне зображення. Належний бренд створює враження, що він є експертами галузі і робить відчуттям, що споживачі можуть довіряти вашій компанії, продуктам і послугам, які вона пропонує, і способом, яким вона керує своїм бізнесом.

Реклама є ще одним компонентом брендингу, і рекламні стратегії безпосередньо відображають бренд і бажане зображення. Рекламні технології, такі як використання рекламних продуктів від надійних компаній, полегшують створення згуртованої та привабливої рекламної стратегії, яка добре впливає на ваші цілі брендингу.

Отже, кожна фірма, яка хоче зарекомендувати себе на ринку, отримувати великі доходи та мати впізнаваний товар, повинна приділяти увагу розробці власного бренду.

Список використаних джерел та літератури:

1. Герасименко В.В., Очковская М.С. Бренд-менеджмент / В.В. Герасименко, М.С. Очковская. – М.: Экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, 2016.
2. Келлер К. Л. (англ.) русск. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. – М.: «Вильямс», 2005.

Науковий керівник: старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Чередниченко В.В.

Д. С. Міняйло

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток ринкової економіки та початок кризи постали перед вітчизняними підприємствами серйозним викликом. Через це важливим завданням функціонування підприємств стало не тільки виживання в умовах нестабільної економіки, а й розробка та реалізація дієвої системи управління власною фінансово-економічною безпекою.

Окрім зазначених обставин, на рівень фінансово-економічної безпеки підприємства впливають також такі фактори, як недосконалість чинного законодавства, низька інвестиційна привабливість національної економіки, втрата ринків через зниження рівня конкурентоспроможності тощо [1].

Вибір напряму розвитку підприємства та ефективного здійснення підприємницької діяльності суб'єктами господарювання у перспективі в значній мірі залежить від правильно розробленої системи та стратегії управління фінансово-економічною безпекою.

Аналіз наукової літератури з даного питання дозволив розкрити поняття та основні характеристики фінансово-економічної безпеки підприємства наступним чином:

1. Фінансово-економічна безпека належить до основних елементів безпеки підприємства. В силу основоположного значення структури та рівня фінансового потенціалу підприємства для забезпечення основних цілей його діяльності, провідною у загальному складі елементів комплексної системи економічної безпеки підприємства є її фінансова компонента.

2. Фінансово-економічну безпеку можна охарактеризувати за допомогою комплексу кількісних і якісних параметрів фінансово-економічного стану суб'єкта господарювання, що відображають рівень його захищеності від загроз внутрішнього та зовнішнього середовища.

3. Показники фінансово-економічної безпеки повинні мати порогові значення, за якими оцінюється рівень фінансової стійкості та незалежності підприємства.

4. Об'єктом забезпечення фінансово-економічної безпеки є комплекс пріоритетних фінансових й економічних інтересів підприємства.

5. Головною ціллю системи фінансово-економічної безпеки є створення необхідних передумов для стійкого розвитку підприємства в короткостроковому і довгостроковому періоді [2].

Нині поки що не визначено єдиної методологічної бази оцінювання результативності методів управління фінансово-економічною безпекою підприємства. Існуючі методики мають недоліки. До них слід віднести відсутність можливості повної оцінки всіх аспектів процесу управління фінансово-економічною безпекою підприємства та стану її системи [3].

Створення системи фінансово-економічної безпеки підприємства вимагає комплексного підходу, що забезпечуватиме захист його фінансових і економічних інтересів у процесі розвитку, обумовлює його виокремлення як самостійного незалежного об'єкта управління в системі фінансового менеджменту.

В системі фінансового менеджменту доцільно виокремити підсистему управління фінансово-економічною безпекою підприємства, до основних цільових орієнтирів якої слід віднести:

- забезпечення сталого фінансово-економічного розвитку підприємства, досягнення основних цільових параметрів діяльності при збереженні ліквідності та певного рівня фінансової незалежності, необхідних для підтримки його стійкості в поточному періоді;
- нейтралізацію негативного впливу кризових явищ економіки, навмисних дій конкурентів та інших структур [4].

Система безпеки підприємства формується відповідно до політики, що проводиться, і стратегії безпеки. Політика безпеки є системою поглядів, заходів, рішень, дій у галузі безпеки, які створюють умови, сприятливе середовище для досягнення цілей бізнесу. Дослідивши точки зору науковців ми прийшли думки, що під стратегією безпеки необхідно розуміти сукупність найбільш значущих рішень, спрямовані на надання програмного рівня безпеки функціонування підприємства.

Система фінансово-економічної безпеки ґрунтується на принципі суворо-цільового використання фінансових ресурсів і забезпечення певних умов для швидкої та ефективної віддачі від збільшення вкладених коштів. Реалізація такого принципу спрямована на розробку системи контролю не тільки за доцільністю і своєчасністю використання коштів, але й за рівнем їх окупності.

Управління фінансово-економічною безпекою підприємства може здійснюватися:

- 1) в умовах стабільного функціонування підприємства;
- 2) в умовах нестабільного функціонування підприємства [5].

Для вітчизняних підприємств нині притаманним є другий із наведених варіантів. У його межах залежно від результатів моніторингу фінансового стану підприємства з метою раннього діагностування фінансової кризи та забезпечення фінансово-економічної безпеки диференціюються напрями управлінських дій і розробляються антикризові заходи.

Отже, фінансово-економічну безпеку можна визначити як граничний рівень фінансового захисту від реальних і потенційних загроз зовнішнього і внутрішнього характеру, який визначається кількісними та якісними параметрами фінансово-економічного стану господарюючого суб'єкта.

Список використаних джерел та літератури:

1. Економічна енциклопедія. В 3 т. Т. 2 / За ред. С.В. Мочерного. – К.: Видавничий центр «Академія», 2015. – 848 с.
2. Сорокіна О.Н. Зміст фінансової безпеки підприємства / О.Н. Сорокіна // – 2014. – № 14 (212). – С. 74–80.
3. Андреева Т.Є. Аналіз економічної безпеки діяльності підприємства як економічної категорії / Т.Є. Андреева, Т.Е. Петровська, І.Г. Грицькова // Комунальне господарство міст: науково-технічний збірник. – 2016. – № 87. – С. 219-224.

4. Коробов В.В. Фінансова безпека в системі державного фінансового контролю: канд. екон. наук / ДХТУ. – Д., 2015. – 133 с.
5. Національна економіка: потенціали, комплекси, економічна безпека / В.І. Лисова. – К.: Економіка, 2015. – С. 446.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Зачосова Н. В.

Г. Р. Натрошвілі

Київський національний університет технологій та дизайну

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В ТРАНСФОРМАЦІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

В сучасних глобалізаційних умовах зовнішньоекономічна діяльність вітчизняних суб'єктів господарювання значно актуалізується та характеризується розширенням ринків збуту і поступовою інтенсифікацією експортно-імпортних операцій. Це, безумовно, сприяє інтеграції України до системи світового господарства та є підґрунтям її економічного зростання. Однак на шляху кооптації до світового економічного простору сучасні українські підприємства стикаються з низкою загальних проблем в зовнішньоекономічній діяльності, а саме: неузгодженості законодавчої бази та державної економічної політики у сфері регулювання експортно-імпортних операцій; невідповідності експортної продукції світовим стандартам; високих митних тарифів, що призводять до зростання ціни при виході на зовнішні ринки; недостатнього забезпечення економічної безпеки зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

В умовах інтеграційного руху України до світового економічного простору актуалізується проблема забезпечення зовнішньоекономічної безпеки: виникає необхідність у протистоянні впливу зовнішніх негативних економічних чинників, мінімізації похідних від них збитків, пошуку чільного місця у міжнародному поділі праці, реалізації інтересів національного виробника, у зовнішньоекономічній діяльності вітчизняних підприємств тощо.

Особливо зауважимо, що економічна безпека зовнішньоекономічної діяльності підприємства має поєднувати безпеку виробництва та безпеку споживання. При цьому формується такий стан господарської діяльності підприємства, що забезпечує в невизначених умовах ринкового середовища захищеність її елементів і зв'язків.

Підкреслимо, що на економічну безпеку зовнішньоекономічної діяльності підприємства впливає рівень забезпечення економічної безпеки як країни-експортера, так і країни-імпортера. Неузгодженість економічних інтересів країн-контрагентів може призвести до загострення суперечностей на державному рівні і викликати низку небезпек, насамперед фінансово-економічного характеру. Так, збільшення витрат на забезпечення безпеки продукції та підприємства в цілому призводить до зростання ціни та зменшення обсягів пропозиції. Враховуючи, що споживачів майже не цікавить той факт, що ціна продукції зростає за рахунок додаткових витрат на підтримку економічної безпеки підприємства, можна з великою долею вірогідності прогнозувати зниження попиту на продукцію та заміну її більш дешевими експортними товарами.

Для збереження ринків збуту країна-імпортер може: заборонити торгівлю (негативним фактором є зменшення валютних надходжень у країну, що послаблює усі рівні економічної безпеки); проводити переговори, досягати компромісів; примусити підприємство-експортера відповідати існуючим стандартам виробництва (позитивним моментом є можливість контролю умов та цін продажу готової продукції, що підтримує високий рівень економічної безпеки власних виробників та держави в цілому). Цей варіант є досить прийнятним для українських виробників, адже, на думку Д. Ясона характеристики якості готової продукції у країнах, що розвиваються, не відповідають стандартам розвинутих країн [1].

Фундаментом забезпечення економічної безпеки зовнішньоекономічної діяльності підприємства повинна бути економічна безпека продукції, яка визначається рядом якісних та кількісних чинників. До групи якісних факторів (які мають суб'єктивний характер, оскільки оцінюються за допомогою експертних оцінок), перш за все, відносяться показники якості продукції. Друга група чинників оцінюється кількісно: показники діяльності підприємства (обсяги виробництва, ресурсомісткість) та показники господарської активності підприємства (продуктивність виробленого устаткування, рівень інноваційності обладнання та ін.).

Економічна безпека зовнішньоекономічної діяльності підприємства ускладнюється за умов, коли підприємство виступає лише як виробник продукції, а процес збуту розподілений між декількома суб'єктами господарювання під однією торговою маркою. В цьому випадку всі витрати, пов'язані із компенсацією загроз з боку фінансових санкцій або претензій, відшкодовує власник торгової марки, під якою продається вироблена продукція.

На думку зарубіжних дослідників [2] підвищення рівня економічної безпеки зовнішньоекономічної діяльності підприємства може бути здобуто шляхом ініціації судового процесу, розширення інформаційного простору та інституціональним регулюванням.

Розширення інформаційного простору передбачає рекламну діяльність, що віддзеркалює інформацію про властивості продуктів, спосіб їх використання та утилізації, умови та характеристики виробничого процесу тощо. В умовах нестабільності сучасного ринку інституціональне регулювання з боку урядів країн-імпортерів та країн-експортерів зорієнтовано (для виконання стандартів) на використання низки специфічних інструментів (податків, субсидій, пільгових кредитів) для визначення оптимальних витрат на забезпечення економічної безпеки.

Основним чинником, що визначає стан економічної безпеки господарюючого суб'єкта в контексті світової економічної інтеграції, є наявність у підприємства стійких конкурентних переваг, зумовлених розвитком потенціалів, що відповідають стратегічним цілям і завданням підприємства.

Список використаних джерел та літератури:

1. Jason D. The Effect of Stricter Foreign Regulations on Food Safety Levels in Developing Countries: A Study of Brazil / D. Jason, J. Caswell, E. Salay // Review of Agricultural Economics. – 2001 (Spring/Summer). – № 23(1). – P. 163–175.
2. Buzan Barry. Security: A New Framework for Analysis / Buzan Barry, Weaver Ole, de Wilde, Jap. – Boulder : Lynne Rienner, 1998. – 239 p.

Н.В. Одородько, С.І. Богуславська

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОНЦЕПЦІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Актуальним завданням сьогодення для економіки України являється формування підґрунтя для ефективного її переходу до ринкових відносин. При реалізації цього завдання важливим є перегляд застарілих з часом економічних принципів та методів управління.

Сучасні тенденції в нашій державі до пропагування стратегічного управління на всіх рівнях управління підприємством та застосування апробованих практик його запровадження створюють загальне середовище суспільної зацікавленості в моделях такого управління, його змістовне наповнення. Доволі часто відбувається значне нерозуміння управліннями природи такого управління в загальній системі управління підприємством. Нерозуміння змісту спотворює його реалізацію, що нівелює цей механізм як найбільш успішний в міжнародній практиці. Виникають побоювання щодо здатності його застосування у вітчизняних умовах.

Стратегія підприємства являє собою відправну точку стратегічного планування, за допомогою якого і відбуваються постійні зміни та перебудови в основі головних напрямків діяльності підприємства, а саме: маркетингу, виробничій діяльності, технології виробництва, фінансового розвитку, структури управління, а також в політиці формування асортименту та номенклатури продукції підприємства тощо.

Стратегічне управління - це діяльність апарату управління підприємства, покликана забезпечити розробку стратегічного плану, на основі цілей та місії підприємства, та створити всі необхідні умови, для його реалізації. Важливим елементом стратегічного управління є наявність кваліфікованого кадрового складу працівників апарату управління які здатні стратегічно мислити, продумувати діяльність підприємства в майбутньому на декілька кроків вперед. Забезпеченість такими кадрами, високо підвищує шанси підприємства стосовно ефективної розробки та реалізації стратегічних планів [1].

Об'єктом для стратегічного управління виступають головні ресурси які знаходяться в розпорядженні підприємства, а саме: трудові, фінансові, матеріальні, інформаційні тощо.

Суб'єктом стратегічного управління являються ланки адміністративного апарату управління на всіх рівнях, від нижчого до найвищого.

Саме взаємодія об'єкта і суб'єкта утворює і формує собою концепцію стратегічного управління.

Концепція стратегічного управління, передбачає послідовну реалізацію чотирьох етапів:

1. Встановлення сфери діяльності підприємства, та напрацювання стратегічних напрямків розвитку;
2. Формування стратегічних цілей та завдань;
3. Формування стратегії для досягнення намічених цілей, результатів діяльності і бажаних показників;
4. Проведення процесу реалізації сформованого стратегічного плану;
5. Формування оцінки результатів яких досягло підприємство в процесі реалізації стратегії.

На основі стратегічних цілей, які встановлює організація, здійснюється їх детальна обробка, та прив'язка до необхідних ланок виробництва. Коли цілі є досить деталізовані, перед виконавцями встановлюються виробничі завдання. Окремо завдання повинні бути чіткими і зрозумілими тому, хто буде їх виконувати. На сам перед цілі можуть бути як довгостроковими, так і короткостроковими, але головний пріоритет має віддаватися довгостроковим цілям [2].

Виходячи з того, що цілі розбиваються на дві групи: фінансові та стратегічні, - то стратегія виступає як інструмент управління, який дає змогу за рахунок досягнення стратегічних цілей, досягти в свою чергу фінансових результатів.

Коригування стратегії являє собою перш за все необхідність приведення поточного плану, до сформованих на даний період часу умов функціонування стратегії. Ті стратегії, що ігнорують зміни є потенційно приреченими на провал.

Реалізація стратегії - найбільш складна і трудомістка складова стратегічного менеджменту. Саме реалізація стратегії передбачає створення: організаційного, матеріального, адміністративного, контролюючого та мотивуючого забезпечення для ефективного досягнення цілей побудованої стратегії підприємства [3].

Оцінка результатів дає можливість зрозуміти наскільки була ефективною діяльність керівників підприємства в процесі реалізації стратегічного плану, та що з наміченого вдалось досягти в кінцевому результаті, що в свою чергу дає висновок про можливі майбутні зміни на підприємстві, необхідні для його більш результативного функціонування.

Виходячи з усього вище сказаного, можна сформувати висновок, який говорить нам про необхідність реалізації концепції стратегічного управління на вітчизняних підприємствах, що дозволить побудувати конкретний, довгостроковий план дій для кожного з них, та дасть змогу вивести підприємства нашої країни, на новий професійний рівень.

Список використаних джерел та літератури:

1. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: навчальний посібник. Видання 2-ге, доповнене. – Львів: „Новий світ-2000”, 2003. – 272 с.
2. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2004. – 699с.
3. Осовська Г. В., Фішук О. Л., Жалінська І. В. Стратегічний менеджмент: теорія та практика: Навчальний посібник. – К.:Кондор, 2003.

ФОРМУВАННЯ БРЕНДУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ТОВАРНОГО РИНКУ

Висококонкурентний ринок споживчих товарів та послуг, безперервна боротьба за прихильність покупців, повнота інформації та реклами сприяє виникненню гострої необхідності бути кращими ніж конкуренти. Бренд та хід його створення набирає все більш професійних підходів. Кризи економіки показують вагомість існування сильного бренду, що дає можливість його засновникам триматися на ринку та зберігати власну цільову аудиторію шанувальників. Розгляд теперішніх тенденцій показує те, що все більше за допомогою у створенні бренду наші виробники звертаються до різних маркетингових агенцій, які мають досвід у брендингу та здатні дати незалежну оцінку стану та перспектив росту компанії.

Сприйняття бренду у споживачів не виникає несподівано, а цілеспрямовано створюється фірмою, і цей процес отримав назву брендинг.

Згідно з рейтингом «UkrBrand 2015 – ТОП 100 українських брендів» [2] в першу десятку за капіталізацією брендів входять: Моршинська, Оболонь, Рошен, Немиров, Сандора, ПриватБанк, Хдібний дар, Life, Наша Ряба, Хортиці. За винятком банку та оператора зв'язку все бренди представляють сегмент продуктів харчування. Для цього є вагомі підстави, що полягають у високих темпах розвитку ринків споживчих товарів та їх насиченню у порівнянні з іншими ринками; постійне збільшення маркетингових витрат; значна частка витрат українських споживачів припадає на продукти харчування та товари для дому.

Всі бренди-лідери створювались із залученням рекламних та брендингових агенцій. Поява даного виду маркетингових послуг також стимулює розвиток якості брендів та їх швидке просування на ринку. На ринку України існує велика кількість агенцій, що займаються формуванням брендів, саме вони є носіями сучасних технологій та світоглядних тенденцій, використання яких наближує українських виробників до третього етапу розвитку брендів – інформаційного.

Сучасний бренд формується з п'яти елементів, які створюють набір послідовних рівнів [3]. Кожному рівню відповідає питання, на яке необхідно відповісти. Всі елементи разом формують «Колесо бренду»: Перший елемент – це сутність бренду. На етапі його формування необхідно відповісти на питання «Що таке бренд?». Це певна концентрація головної стратегії бренду, що складається не більше ніж з п'яти слів та передає основну ідею. Другий елемент – це особистість. Відповідає на питання «Хто такий бренд?, «Який бренд?». Надає бренду людських рис. Для рекламної компанії бренду запрошують відомих людей, що стають обличчям бренду. Відчуття причетності до зірки, що рекламує товар, стає однією з причин бажання володіти цим товаром. Третій елемент – це цінність. На цьому етапі необхідно відповісти на питання «Які емоції викликає використання даного бренду?». Від тонкості розуміння емоційної складової бренду залежить успішність на ринку. Четвертий елемент – вигоди. Необхідно відповісти «Які фізичні результати використання бренду?». Саме на цьому рівні необхідно сформулювати які саме проблеми вирішує бренд, надати споживачу раціональні підтвердження вибору. П'ятий елемент – це атрибути, що можуть бути безпосередньої пов'язані з товаром (логотип, упаковка, зовнішній вигляд, технології виробництва) та відноситися до стратегій просування, рекламної компанії та ціноутворення. На етапі формування атрибутів необхідно відповісти на питання «Що є товаром?», «Яке його описання?». У сукупності всіх рівнів можливо побудувати сильний та довгостроковий бренд.

Основними факторами, що впливають на формування сучасного бренду, практики брендотворення вважають:

1. Нерозривний зв'язок між стратегією бренду та ідеєю рекламної кампанії. Стратегія у сучасних умовах повинна вкладатися в одне слово, яке зможе передати всю сутність бренду. Споживач не може охопити велику кількість інформації, і чим менше слів використовує виробник для подачі свого бренду, чим більш сфокусованими є ці слова, тим більше шансів пригорнути увагу. Засновник міжнародної рекламної агенції Saatchi&Saatchi Моріса Саатчи

вважає, що в маркетингу настає ера монополізації слів. І добра стратегія бренду повинна складатися з одного слова. [1] Але за цим словом повинна бути побудована унікальна система втілення.

2. Метою будь-якого бренду повинно бути створення емоції. У конкурентному середовищі не може будуватися бренд на неякісному товарі тому всі функціональні, технічні особливості, що формують раціональну складову бренду є невід'ємною його частиною. Але саме за емоцію, що викликає бренд, споживач готовий платити гроші. А. Федорів, засновник брендингового агентства Fedoriv [3] наводить наступну рівність:

«Раціо = Ціна = Собівартість; Емоція = Маржа = Прибуток».

Бренд, що апелює до емоційних переживань може бути максимально економічно ефективним. Для створення ефективного бренду необхідно досконально знати свою аудиторію. Для розуміння бажань та проблем споживача, стереотипів, що існують стосовно бренду, недостатньо знати його соціально-демографічні характеристики. У компанії повинно бути бачення однієї «реальної» людини, що уособлює собою основні якості споживача. Необхідно постійно спілкуватися з представниками цільової аудиторії. Чим більше часу буде цьому присвячено, тим глибше буде розуміння тонкощів, з якими стискаються представники цільової аудиторії під час вибору та користування товарами певної категорії. Для того щоб зібрати інформацію про споживачів недостатньо проводити традиційні дослідження. Під час опитувань респонденти мають схильність прикрашувати себе та умови свого життя. Для збору інформації про оточення цільової аудиторії та її інтереси можна використовувати наступні джерела інформації: безпосереднє спілкування з різними представниками аудиторії; соціальні мережі; сучасне мистецтво; телевізійні шоу, що демонструє реальне життя; спостереження за процесом покупки.

3. Загальна стратегія бренду повинна бути незмінною. Для того щоб охопити певну аудиторію бренд повинен зі всіх джерел виголошувати один й той же посил. Рекламна компанія, що супроводжує просування бренду повинна відрізнятися від аналогів. Зараз ринок реклами сповнений сірою та однаковою продукцією. Мало як геніальної так і відверто провальної реклами. Але в майбутньому будуть спрацьовувати лише радикальні рішення, що відрізняються і за формою, і за змістом.

Отже, сучасний бренд повинен відповідати принципу клієнтоорієнтованості на практиці. Виробникам необхідно досконально розуміти свого споживача, постійно з ним спілкуватися та відверто бажати зробити життя своїх клієнтів краще. Бренд повинен змінювати бізнес для максимального приваблення аудиторії. Такий підхід може допомогти українським виробникам зайняти місце у свідомості споживача та викликати асоціативний, емоційний зв'язок під час споживання.

Список використаних джерел та літератури:

1. Райс Л., Райс Э. 22 закона бренда / Лора и Эл Райс; Пер. с англ. Ю. Г. Кирьяка. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004. – 149 с.
2. TOP 100 Ukrainian Brands / Агенство MPP Consulting [Електронний ресурс] Режим доступа – <http://www.mppconsulting.com.ua/ukrbrand/ukrbrand2015.pdf>
3. Брендінгове агенство Fedoriv [Електронний ресурс] Режим доступа – <http://ru.fedoriv.com>

Науковий керівник: старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Чередниченко В.В.

Д. В. Павличук
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

БРЕНД: ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ТА ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА РИНКУ

На сьогоднішній день поняття бренду можна розкрити по різному. Але найважливіше його значення – це, перш за все, сформована думка споживачів про товар, стійкі асоціації, які пов'язані з якістю продукції і її смаковою цінністю. Варто відмітити, що будь-який бренд може

бути торговою маркою, але не будь-яка торгова марка може бути брендом. Бренд несе впевненість в характеристиках, які роблять продукт або послугу унікальними.

Бренди спрощують рішення споживачів при покупці якогось певного товару. Яким чином це відбувається? З часом споживачі знаходять бренди, які задовольняють їхні потреби в майбутньому. Наприклад, якщо споживачі дізнаються про якусь конкретну марку, користувались нею і були задоволені, то вони будуть користуватись цим брендом і надалі. Споживачі залишаються вірними і лояльними до бренду, поки вони вірять і мають наявне розуміння того, що бренд продовжить відповідати їхнім очікуванням і буде працювати в бажаному режимі послідовно. Поки споживачі отримують вигоди і задоволення від споживання продукту, вони, швидше за все, будуть продовжувати купувати цей бренд.

Отже, бренд можна визначити як обіцянку продавця постійно надавати унікальний набір характеристик, переваг і послуг покупцям чи споживачам. Це назва, термін, знак, символ або комбінація всього того, що планується відрізнити товари чи послуги одного продавця або групи продавців від товарів конкурентів. Прикладами таких відомих брендів є Mc Donald's, Mercedes-Benz, Sony, Coca Cola, і т.д. Бренд з'єднує чотири найважливіші елементи підприємства - клієнтів, співробітників, менеджменту та акціонерів. Бренд представляє цінності, ідеї і навіть особистість. Це набір функціональних, емоційних і раціональних асоціацій і вигод, які займають уми цільового ринку. Асоціації - це не що інше, як зображення і символи, пов'язані з брендом або перевагами бренду, такими як The Nike Swoosh, звук Nokia і т.д. Ідентичність бренду походить від організації, тобто організація несе відповідальність за створення видатного продукту з унікальними характеристиками. Організація прагне ідентифікувати себе і таким чином хоче бути сприйнятою на ринку. Ідентичність бренду включає в себе наступні елементи: бачення бренду, культура бренду, позиціонування, особистість, відносини і презентації.

Фірмовий стиль – це помітні елементи бренду (наприклад, колір торгової марки, логотип, назву, символ), які визначають і диференціюють бренд у свідомості цільової аудиторії. Це найважливіший спосіб розвитку бренду кожної компанії. Ідентичність бренду – це сукупність того, що робить організація. Це місія організації, індивідуальність, обіцянка споживачам і конкурентні переваги. Він включає в себе мислення, почуття і очікування цільового ринку (споживачів). Організації, які мають унікальну ідентичність бренду, підвищили свою впізнаваність бренду, мотивували команду співробітників, які пишаються своєю роботою в добре брендovanій організації, активних покупців і корпоративному стилі. Індивідуальність бренду повинна бути стійкою. Важливо, щоб споживачі миттєво співвідносилися з вашим продуктом чи послугою. Позиціонування бренду відноситься до принципу «цільового споживача», щоб купити ваш бренд, віддаючи перевагу іншим. Це гарантує, те що вся діяльність бренду має спільну мету; керується, спрямовується і доставляється перевагами чи причинами покупки бренду; і він фокусується на всіх точках контакту зі споживачем. Щоб створити своє місце на ринку, потрібно ретельно вибирати нішу на ринку і правильно себе позиціонувати. Позиціонування бренду – це засіб, за допомогою якого організація може представити своїм клієнтам, чого вона хоче досягти для них і що вона хоче для них означатиме. Сильне позиціонування бренду направляє маркетингову стратегію, пояснюючи деталі бренду, унікальність бренду і його схожість з конкурентними брендами, а також причини покупки і використання цього конкретного бренду. Позиціонування є основою для розвитку і підвищення необхідних знань і сприйняття клієнтів. Це єдина функція, яка відрізняє ваш сервіс від конкурентів.

Список використаних джерел та літератури:

1. Ілляшенко С.М., Маркетингова товарна політика: Підручник. – Суми: ВТД “Університетська книга”, 2005. – 234 с.
2. Деррик Дає. Позиционирование бренда – определение и концепция 2016р. Режим доступу: <https://www.managementstudyguide.com/brand-positioning.htm>

Науковий керівник: старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки, к.е.н. Чередниченко В.В.

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Інновація – нововведення, яке є результатом системної функціональності, що орієнтоване на реалізацію досягнень науково-технічного прогресу та їх удосконалення, а також на зміни у внутрішньому середовищі організації задля підвищення продуктивності та отримання переваг в умовах конкуренції. Інноваційний процес – організований комплекс всіх видів продуктивної діяльності, що здійснюються послідовно у процесі впровадження інновацій. Розрізняють 3 типи інноваційного процесу:

1. «Прорив». Цей тип передбачає: створення суттєво нових знань; визначення можливості перетворення отриманих основних знань в ідеї; окреслення потреб споживачів в інновації даного типу; формування якісних і кількісних параметрів; випробування інновації; виробництво; поширення її у сфері діяльності; поширення у прилеглий галузі; оцінка результату і потенціалу інновацій.

2. «Покращення». Вибір певних процесів, що потребують покращення на основі перевірки будь-якого предмету, а також пошуку проблем, що потребують вирішення; створення ідей щодо покращення; вибір основної ідеї покращення; підготовка технічного завдання з покращення; його тестування; коректування; комерціалізація; поширення по різних об'єктах; оцінка результативності покращення.

3. «Модифікація». Дослідження потреб видозміни; вибір і конкретизація виміру, котрий потрібно змінити; організація завдання; випробування; впровадження; комерціалізація; поширення і оцінка результативності.

Інноваційні процеси можуть мати різні завдання в організаціях – операційні і стратегічні. Операційні інновації – нововведення, обслуговує недовготривалі цілі компаній, тобто за рахунок зменшення витрат відбувається підвищення прибутковості підприємства, покращення якості продукту, вихід на нові ринки збуту тощо. Стратегічні інновації – сприяє розв'язанню масштабних завдань існування компанії на протязі довгострокових шансів, досягнення цілей, націлених не на одержання поточно прибутку, а на задоволення потреб споживачів. Така діяльність потребує виконання низки функцій. Від створення нової ідеї, до виведення на ринок нового продукту. Стратегію подальшого розвитку складають на основі досконало вивчених чинників зовнішнього середовища, таких як: економічні, науково-технологічні, демографічні, екологічні, дослідження ринку і конкуренції в галузі.

Умови успішної реалізації інноваційного проекту: 1. Розуміння мети проекту на всіх ланках управління; 2. Якість і обсяг інформації по створенню проекту; 3. Ресурсне забезпечення; 4. Зібрана, мотивована і надійна проектна команда.

Отже, інноваційний процес – процес трансформації знань, ідей в інновацію. Він є невід'ємною частиною існування організації, без нього не може бути розвитку. Головна його риса – отримання результату, придатного для практичної реалізації.

Список використаних джерел та літератури:

1. Harvard Business Review. Про інновації. 10 найкращих / Harvard Business Review - "КМ-Букс", — 2018. – 208 с.
2. Білик В.В. Формування системісоціального інвестування на підприємстві //“GLOBAL SCIENTIFIC UNITY 2014” (Чехія, м. Прага). 2014. С. 211–215.
3. Кит Локир, Джеймс Гордон. Управління проектами. Ступені вищої майстерності / Кит Локир, Джеймс Гордон - "Гревцов Паблішер", — 2008. - 352 с.
4. Річард Н'ютон. Управління проектами від А до Я/ Річард Н'ютон –"Альпіна Паблішер", - 2014. -192 с.
5. Джеф Сазерленд. Революційний метод управління проектами/ Джеф Сазерленд – "Манн, Іванов і Фербер" – 2015. – 288 с.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА СИСТЕМЫ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ

Проблема информационной поддержки системы принятия решений в чрезвычайных ситуациях нуждается в пересмотре, требует разработки новых концепций с использованием современных достижений научной мысли.

Любая чрезвычайная ситуация приводит к появлению риска, связанного с нарушением нормальных условий жизнедеятельности населения и инфраструктуры, которые привели или могут привести к человеческим или материальным потерям.

Чрезвычайные ситуации по характеру возникновения делятся на природные, техногенные и биолого-социальные. [1]

Природные разделяются на следующие группы [2,13]:

1. Опасные биологические явления и процессы, к ним относятся: землетрясения, оползни, вулканическая деятельность обвалы и т.д.;
2. Опасные гидрологические явления и процессы – это наводнения, затор, повышение уровня грунтовых вод, сель, русловая эрозия, лавина, цунами, штормовой нагон воды;
3. Опасные метеорологические явления и процессы, такие как: ветер, вихрь, шквал, ураган, смерч, циклон, снегопад, метель, снег, дождь, ливень, гроза, град, туман, гололед, обледенение, заморозок, засуха, суховей, пыльная буря;
4. Природные пожары, такие как: ландшафтный, лесной, степной, торфяной.

Техногенные – делятся по месту возникновения [2,3]: а) Промышленные (промышленные, радиационные, химические, биологические, гидроопасные объекты) и б) транспортные (ДТП, ж/дорожные, авиационные, трубопроводные, водный транспорт, в подземном сооружении). А также по характеру поражающих факторов (радиоактивных, химических, биологических, пожаров, взрывов, загрязнение водной поверхности).

К биолого-социальным относятся эпидемии, эпизоотии и эпифитотии. [2]

Каждое ЧС является сугубо индивидуальным, зависящее от многих параметров, происходящих на начальном этапе возникновения, в условиях полной неопределенности. От этой индивидуальности и многогранности зависит какую информацию, из каких источников, и за какой временной период необходимо получить, чтобы принятое решение было наиболее близким для эффективного реагирования.

Для принятия быстрых и правильных, решений и действий, необходимо обладать большим объемом информации и информационной технологией, позволяющей своевременно обрабатывать такой огромный банк данных. Как показывает практика, информационные системы, внедряемые в диспетчерских центрах и в центрах управления и принятия решений в ЧС (комиссии по ЧС) не обладают столь обширной базой данных, необходимых для принятия решений. В таких центрах в основном внедряются модули регистрации поступившей информации и модуль управления силами и средствами, принадлежащей самой службе реагирования на ЧС.

Зачастую необходимая информация находится в различных государственных структурах любого уровня или в коммерческих предприятиях, обладающих монополией на предоставление услуг на определённой территории. Ввиду того, что каждое ЧС имеет свою специфику, команде людей, которые принимают решения, необходима дополнительная информация разного характера и, чем больше территория на которой происходит ЧС, тем больше информации необходимо.

Скорость получения доступа к интересующей информации зависит от многих факторов, таких как защищённые каналы передачи данных, наличие структурированной и актуализированной базы данных, доступ к информации в любой момент времени, наличие источников визуализации, таких как, камеры видеонаблюдения и доступ к архивным видео

записям, использование дронов с передачей видео изображения в режиме реального времени в центр управления и принятия решений в ЧС и т.д. На начальном этапе, для поиска правильных решений и действий необходимо вдвое больше информации, чем на этапе проведения спасательных работ. Ниже приведена модель цикла управления рисками (рис.1). Подставляя в центр фигуры название ЧС, можно поэтапно определить в какой период времени должна быть подготовлена и востребована информация для принятия управленческих решений наиболее близким для эффективного реагирования.



Рисунок 1. Цикл управления рисками [4, 95]

Цикл управления рисками включает в себя четыре основных фундаментальных этапа действий. Как правило первым является этап **ПРЕДОТВРАЩЕНИЕ**, в котором действия направлены на уменьшение последствий от ЧС. На этом этапе проводится: анализ и систематизация ЧС, анализ всех возможных уязвимостей, проведение проверок объектов и территорий на предмет готовности к ЧС, разработка и создание нормативных законодательных актов, Законов, постановлений правительства, инструкций, планов реагирования, строительных норм, организация правил доступа к информации, находящейся в различных государственных структурах любого уровня или в коммерческих предприятиях в центр принятия решений, а также проведение обучения среди населения.

Следующим этапом является **ПОДГОТОВКА**, которая включает деятельность подразделений реагирования до наступления события. Это отработка планов готовности, проведение тренировок/учений, поддержка системы оповещения, мониторинга, логистическая поддержка подразделений реагирования, пополнение запасов материального обеспечения для поддержки в будущем пострадавшей территории.

Третий и следующий этап — это **РЕАГИРОВАНИЕ**, который включает непосредственную деятельность во время стихийных бедствий, чрезвычайных ситуаций, направленную на проведение поисково-спасательных работ и ликвидацию ЧС. На этом этапе скорость принятия решений и действий напрямую зависит от доступа к интересующей информации, собранной и обработанной на первых двух этапах.

На этапе **ВОССТАНОВЛЕНИЯ** — деятельность направлена на возобновление жизнедеятельности территории, предоставление временного жилья, медицинского обслуживания и консультации, регистрация жалоб и подсчёт прямого материального ущерба, восстановление разрушенных инфраструктур жизнедеятельности человека (дороги, трубопроводы, здания, конструкции и сооружения).

Нет чётких границ перехода между выше описанными этапами, они плавно перетекают из одного в другой, исключением в этом цикле является сам момент наступления чрезвычайной ситуации, где прослеживается чёткая временная граница, разделяющую на два состояния **до** и **после** ЧС.

Практика показывает, если цикл не прерывается, постоянно поддерживается соответствующими структурами в государстве, реагирование на природные катаклизмы и техногенные происшествия становится более точечными, с уменьшением времени принятия решений непосредственного реагирования, слаженных действий по возобновлению и восстановлению пострадавших территорий.

Список использованной литературы:

1. Классификатор чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера стран СНГ – Минск. 2003.
2. Ямалов И. У. – Москва, БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015 г. Моделирование процессов управления и принятия решений в условиях чрезвычайных ситуаций.
3. LEGE Nr. 93 din 05.04.2007 Inspectoratului General pentru Situații de Urgență.
4. Description logic based earthquake damage estimation for disaster management C. Aydın and V. Tecim / Anadolu Univ. J. of Sci. and Technology - A - Applied Sci. and Eng. 15 (2) – 2014, page 93-103

Научный руководитель: д.э.н., профессор Охрименко С.

С.П. Пянковский

Международный Независимый Университет Молдовы

КЛАССИФИКАТОРЫ ДЛЯ СИСТЕМЫ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ

В современном технологически развивающемся мире и постоянно меняющимися природными процессами, прослеживается рост аварий и катастроф, которые уносят человеческие жизни, приводят к необратимым изменениям экологического равновесия, изменениям экономики и политики на пострадавших территориях. Для систем поддержки принятия решений необходимо определить и классифицировать все возможные прямые и косвенные риски, связанные с возникновением Чрезвычайных Ситуаций (ЧС), Знание и понимание всех этих процессов поможет существенно уменьшить, сократить пагубное влияние последствий ЧС.

Чрезвычайная ситуация – нарушение нормальных условий жизнедеятельности населения на объекте или на определённой территории вследствие аварии, катастрофы, стихийного бедствия природного или биолого-социального характера, которые привели или могут привести к человеческим или материальным потерям. [3, 1]

Первостепенная задача при возникновении чрезвычайных ситуаций это спасение жизни людей, животных и материальных ценностей. Чрезвычайные ситуации по характеру возникновения делятся на природные, техногенные (рис.1) и биолого-социальные (рис.2). [1]

По масштабу проявления (рис. 3) можно разделить на локальные, местные, территориальные, региональные, национальные и трансграничные.

По динамике проявления (рис. 4) можно разделить на мгновенные - когда нет времени для принятия решений (ПР), быстро протекающие - когда есть некоторый резерв времени для ПР, умеренные - когда есть время для ПР, медленно протекающие – когда имеется достаточно большой резерв времени для ПР, эти процессы могут длиться многие месяцы и годы.

По виду нанесенного ущерба: *прямой ущерб* в ЧС, *косвенные ущерб* ЧС, *ЧС с человеческими жертвами*, *ЧС с нарушением экологического равновесия*, *ЧС с уничтожением материальных ресурсов*. [2,14]

Каждое ЧС является сугубо индивидуальным, зависящее от многих параметров, происходящих на начальном этапе возникновения, в условиях полной неопределенности, со своей свойственной скоростью распространения, интенсивности протекания и воздействию поражающих факторов. От этой индивидуальности и многогранности зависит какую информацию, из каких источников, и за какой временной период необходимо получить, чтобы принятое решение было наиболее близким для эффективного реагирования.

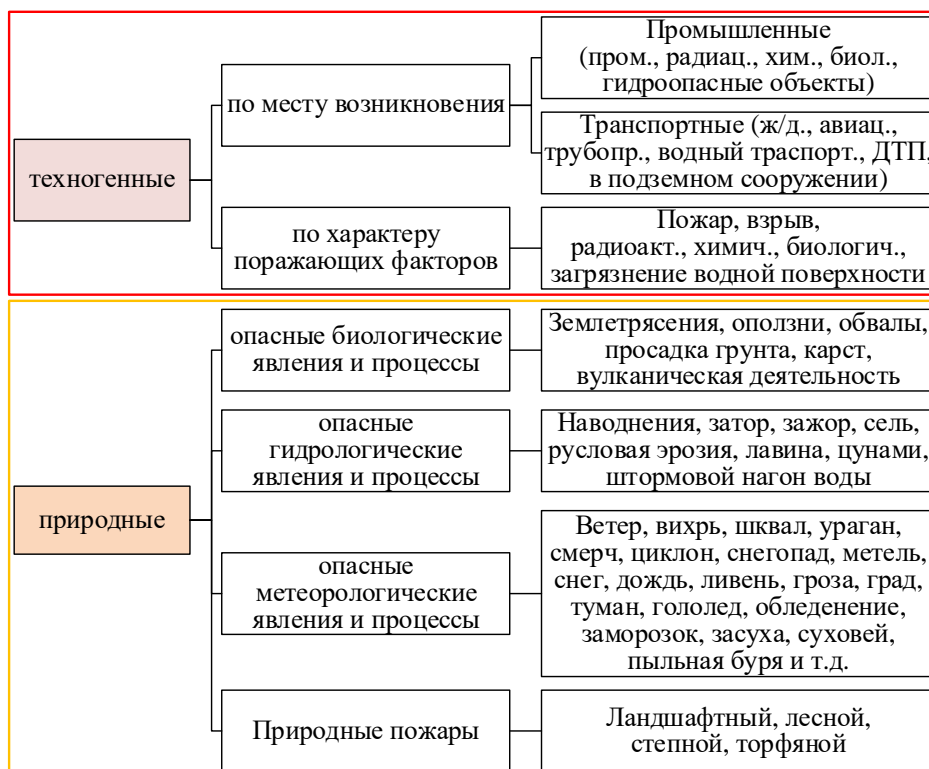


Рисунок 1. Чрезвычайные ситуации техногенного и природного характера [2, 13]

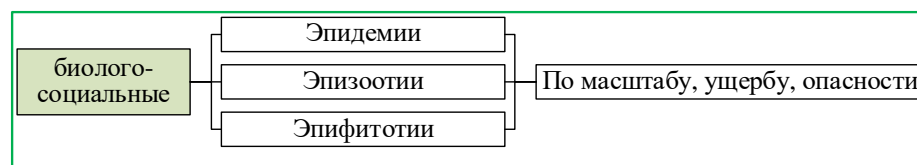


Рисунок 2. Чрезвычайные ситуации биолого-социального характера. [2, 13]

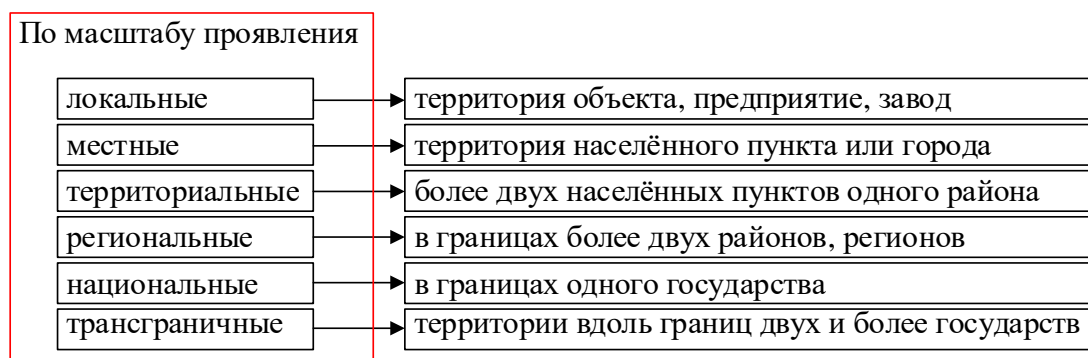


Рисунок 3. Чрезвычайные ситуации по масштабу проявления. [2, 13]

Информационные системы, внедряемые в диспетчерских центрах и в центрах управления и принятия решений в ЧС (комиссии по ЧС), не обладают столь обширной базой данных, необходимых для принятия решений. В командных центрах, как правило, внедряются модули регистрации поступившей информации и модуль управления силами и средствами, принадлежащей самой службе реагирования на ЧС.

Нередко необходимая информация находится в различных государственных структурах любого уровня или в коммерческих предприятиях, обладающие монополией на определённой территории. Скорость получения доступа к интересующей информации из этих источников зависит от многих факторов, таких как защищённые каналы передачи данных, наличие

структурированной и актуализированной баз данных, доступ к информации в любой момент времени, наличие источников визуализации, таких как: камеры видеонаблюдения и доступ к архивным видео записям, использование дронов с передачей видео изображения в режиме реального времени в центр управления и принятия решений в ЧС и т.д.

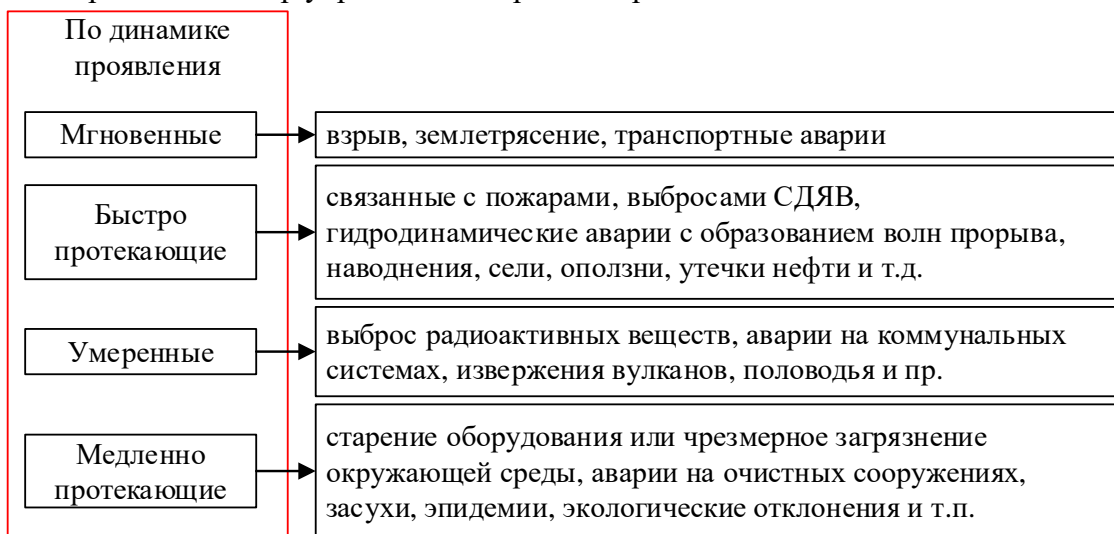


Рисунок 4. Чрезвычайные ситуации по динамике проявления. [2, 14]

На начальном этапе, сразу после поступления первой информации о возникновении ЧС, для поиска правильных решений и действий, необходимо вдвое больше информации, чем на этапе проведения спасательных работ.

Практика показывает острую необходимость в создании в центрах принятия решений – дополнительных модулей, которые могли бы соединить, в необходимый момент времени воедино информацию из классификатора ЧС и баз данных, принадлежащих государственным структурам. При этом, созданные модули должны использовать различные методы в оценке рисков. Только такой подход позволяет выйти на новый уровень принятия решений по уменьшению, пагубного влияния ЧС и их последствий, значительному уменьшению человеческих, материальных потерь и быстрому восстановлению условий жизнедеятельности населения.

Список литературы:

1. Классификатор чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера стран СНГ – Минск. 2003.
2. Ямалов И. У. – Москва, БИНОМ. Лаборатория знаний, 2015 г. Моделирование процессов управления и принятия решений в условиях чрезвычайных ситуаций.
3. LEGE Nr. 93 din 05.04.2007 Inspectoratului General pentru Situații de Urgență.

Научный руководитель: д.э.н., профессор Охрименко С.

М.А. Романюк

Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины

АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МНОГОФАКТОРНЫХ МОДЕЛЕЙ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КОМИНТЕРН»)

В настоящее время большинство предприятий обращаются к анализу статистических показателей для того, чтобы оценить складывающиеся тенденции, исследовать взаимосвязи между ними, а также прогнозировать развитие экономических процессов. Для решения подобных задач широкое применение находят экономико-математические методы, в том числе и методы корреляционно-регрессионного анализа [1].

Целью исследования является построение многофакторной модели регрессии стандартными средствами Microsoft Excel для анализа и прогнозирования объемов реализации продукции предприятия легкой промышленности (Y) в зависимости от изменения следующих показателей: период времени (X₁), коммерческие расходы (X₂), цена товара (X₃) и средняя цена товара у конкурентов (X₄) на основе значений этих показателей за 2016-2018 годы по кварталам (таблица 1).

Таблица 1

Показатели деятельности ОАО «Коминтерн» в 2016-2018 гг.

Объем реализации, тыс. руб.	Период времени	Коммерческие расходы, тыс. руб.	Цена товара, тыс. руб.	Средняя цена товара у конкурентов, тыс. руб.
Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
3654,2	1	287,5	43	51
3587,2	2	198,7	42,8	54,2
3655,3	3	301,5	43,1	63,2
3456,2	4	156,8	43,4	59,3
3587,2	5	202,4	43,4	54,1
3665,2	6	234,1	43,9	58,9
3556,2	7	201,5	43,7	64,3
3601,3	8	260,1	44,1	67,2
3954,2	9	239,8	42,4	66,5
3775,2	10	245,7	43,5	64,2
3799,5	11	210,9	42,2	61,7
3874,32	12	220,3	42,6	62,8

Для реализации поставленной цели исследования возможно осуществление выбора факторных признаков различными способами.

Анализ матрицы коэффициентов парной корреляции (таблица 2) показывает, что зависимая переменная, т.е. общий объем реализации продукции, имеет сильную связь со временем ($r_{yx1}=0,678$) и умеренную связь с коммерческими расходами ($r_{yx2}= 0,525$). Факторы X₃ и X₄ имеют слабую связь с зависимой переменной и их не рекомендуется включать в модель регрессии. Факторы X₁ и X₄ связаны между собой ($r_{x1x4}=0,691$).

Таблица 2

Матрица коэффициентов парной корреляции

	Y	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄
Y	1				
X ₁	0,678	1			
X ₂	0,524	0,081	1		
X ₃	0,431	-0,036	-0,673	1	
X ₄	0,411	0,691	-0,101	0,348	1

Проведем выбор факторных признаков для построения регрессионной модели с помощью пошагового отбора методом исключения.

На первом этапе получается модель регрессии в следующем виде:

$$\hat{y}_i = 1972,664 + 31,097X_1 + 2,318X_2 + 66,283X_3 - 6,484X_4$$

После построения уравнения регрессии и оценки значимости всех коэффициентов регрессии из модели исключается фактор, который незначим и имеет наименьшее по абсолютной величине значение t- критерия (X₄).

Новое уравнение множественной регрессии имеет следующий вид:

$$\hat{y}_i = 1876,748 + 29,175X_1 + 2,086X_2 + 61,847X_3$$

Далее проводится оценка значимости всех оставшихся коэффициентов регрессии и исключается фактор с наименьшим значением t-критерия – X₃. Процесс отбора останавливается на этом шаге, при котором все коэффициенты регрессии значимы при 5% уровне значимости. В результате получается следующее уравнение регрессии:

$$\hat{y}_i = 4900 + 26,319X_1 + 1,391X_2$$

Оно показывает, зависимость объема выпуска продукции от времени и коммерческих расходов предприятия.

Построение регрессионной модели требует выполнения тест Фаррара-Глоубера на мультиколлинеарность. В рассматриваемом случае из двух связанных факторов X₁ и X₄ один (а именно, X₁) будет исключен. Тест Фаррара-Глоубера на мультиколлинеарность выполняется по факторам X₂, X₃, X₄.

В начале проверяется наличие мультиколлинеарности для всего массива переменных. Для этого строится корреляционная матрица R (таблица 3) путем преобразования таблицы 2 и находится ее определитель $\det|R|=0,461$ с помощью функции МОПРЕД.

Таблица 3

Корреляционная матрица R

	X ₂	X ₃	X ₄
X ₂	1	-0,674	-0,101
X ₃	-0,674	1	0,349
X ₄	-0,101	0,349	1

Наблюдаемое значение статистики Фаррара-Глоубера вычисляется по следующей формуле:

$$FG_{\text{набл}} = -[n-1 - \frac{1}{6}(2k+5)] \ln(\det|R|) = -[11-11/6] \ln(0,461) = 4,646,$$

где n=12 – количество наблюдений; k=3 – количество факторов.

Фактическое значение этого критерия FG_{набл} сравнивается с табличным значением FG_{кр}=7,814728. Так как FG_{кр} > FG_{набл}, то мультиколлинеарность между факторами отсутствует.

Проверяется наличие мультиколлинеарности каждой переменной с другими переменными. Для этого вычисляется обратная матрица (таблица 4) и значение F-критерия: $F_j = (c_{jj}-1) \frac{n-k-1}{k}$, где c_{jj} – диагональные элементы обратной матрицы.

Таблица 4

Обратная матрица корреляции

	X ₂	X ₃	X ₄
X ₂	1,904	1,385	-0,291
X ₃	1,385	2,146	-0,609
X ₄	-0,209	-0,609	1,183

Фактические значения F-критериев (таблица 5) сравниваются с его табличным значением F_{табл} = 4,07. Поскольку все фактические значения F-критерия меньше F_{табл}, то мультиколлинеарность между переменными отсутствует.

Таблица 5

Значение F-критериев

F2	F3	F4
2.411	3.056	0.488

Далее проверяется наличие мультиколлинеарности каждой пары переменных. Для этого вычисляются частные коэффициенты корреляции по формуле $r_{ij} = \frac{-c_{ij}}{\sqrt{c_{ii}c_{jj}}}$, где c_{ij} – элементы обратной матрицы: r_{2,3} = -0.685, r_{2,4} = 0.139,

$r_{3,4}=0.382$. Определяются значения t-критерия по формуле $t_{ij} = \frac{r_{ij0} \sqrt{n-k-1}}{\sqrt{1-r_{ij0}^2}}$:

$$t_{2,3} = -2.661 \quad t_{2,4} = 0.398 \quad t_{3,4} = 1.170$$

Фактические значения t-критериев сравниваются с табличным значением $t_{\text{табл.}} = 2,306$. Поскольку все фактические значения t-критериев меньше $t_{\text{табл.}}$, то делается вывод об отсутствии мультиколлинеарности между факторами модели и правильности отбора факторов для включения в модель. Построенное уравнение регрессии следует признать значимым, а, следовательно, его можно использовать для анализа и прогнозирования.

Список использованной литературы:

1. Орлова, И.В., Половников В.А. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование: учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М. - 2013. - 389 с.

Научный руководитель: доцент кафедры экономической информатики, учета и коммерции, к.э.н., доцент Пугачева О.В.

О. О. Рябуха

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ТЕЗАУРУСУ БЕЗПЕКОЗНАВСТВА

Обумовлення проблеми економічного ризику набуває актуальності у світовому масштабі. На даний момент існує значна кількість варіантів для дефініції поняття «ризик», але їх трактування змістової сутності відрізняються, що стає об'єктом дослідження у процесі еволюції економічної науки.

Не зважаючи на сферу діяльності суб'єкта господарювання, економічні ризики мають значний вплив на формування попиту і пропозиції, ринкове ціноутворення, а також стан його економічної безпеки.

Для усестороннього розгляду проблем виникнення та існування економічних ризиків, необхідно проаналізувати еволюцію цього поняття, що дасть змогу визначити зміну варіантів до трактування його сутності та сформувані перелік різновидів економічних ризиків.

Дослідження сутності економічного ризику почали проводитись у XVIII столітті. Значний внесок у вирішення проблематики запобігання економічним ризикам зробили вітчизняні вчені, серед яких варто відзначити Зачосову Н. В. [1], Данченко О. Б. [2], Занору В. О. [3], Герасименко О. М. [4, 5]. Загострення актуальності проблема управління ризиками набула в кінці XX на початку XXI століття у зв'язку з кризовими явищами в економіці, а саме: політичними факторами, коливанням курсів валют, цін тощо. Нині, у 2019 році подібні економічні тенденції знову викликають необхідність звертатися до питання дослідження ризиків. Не зважаючи на значну кількість публікацій за даною тематикою, нині залишається необхідним подальше вивчення економічних ризиків і їх впливу на процес реалізації господарської діяльності, а також механізмів аналізу, оцінювання ризику та практики ризик-менеджменту.

Узагальнено, «ризик» – це міра невизначеності, випадковості і конфліктності в людській діяльності, що характеризується можливою небезпекою, невдачею, відхиленням або збитком [6, с.148].

Економічний ризик – це аспект діяльності суб'єктів підприємництва, пов'язаний із дисбалансом розвитку економічних систем у невизначеному середовищі функціонування з наявною можливістю оцінити ймовірність досягнення заданої мети у ситуації невідкладного вибору [6, с.149].

Природою виникнення економічних ризиків є зовнішні та внутрішні фактори.

Зовнішні фактори – це ті умови, які не можливо передбачити, але треба бути до них готовими для подальшого ліквідування їх негативних наслідків. На практиці зовнішні фактори поділяються на фактори прямого та непрямого впливу.

Факторами прямого зовнішнього впливу є: захист прав суб'єктів господарювання від економічних змін в законодавстві; непередбачувані зміни в системі державного управління і врядування; захист прав інтелектуальної власності та штрафні санкції, понесені за браковану продукцію; порушення конфіденційної інформації; порушення зобов'язань за умовами договорів; зміна цінової політики; конкуренція; корупція; стихійні лиха; аварії; загроза з боку засобів масової інформації тощо.

Факторами непрямого зовнішнього впливу є: зміни векторів державної та міжнародної політики; економічна нестабільність у державі; зміни в податковій політиці; інфляційні процеси; науково-технічний прогрес.

Внутрішні фактори – це фактори, зумовлені діяльністю підприємств.

Серед внутрішніх факторів виділяють: прорахунки у співробітництві з партнерами, низький рівень кваліфікації працівників, недобросовісне виконання професійних обов'язків, поширення конфіденційної інформації, недостатній рівень якості продукції та послуг, збій в системі організації виробничого процесу, не дотримання правил інструктажу по техніці безпеки, збій робочого процесу унаслідок пошкодження устаткування.

Для більш детального вивчення природи ризику нижче подано характеристику ризику як економічної категорії (рис. 1).

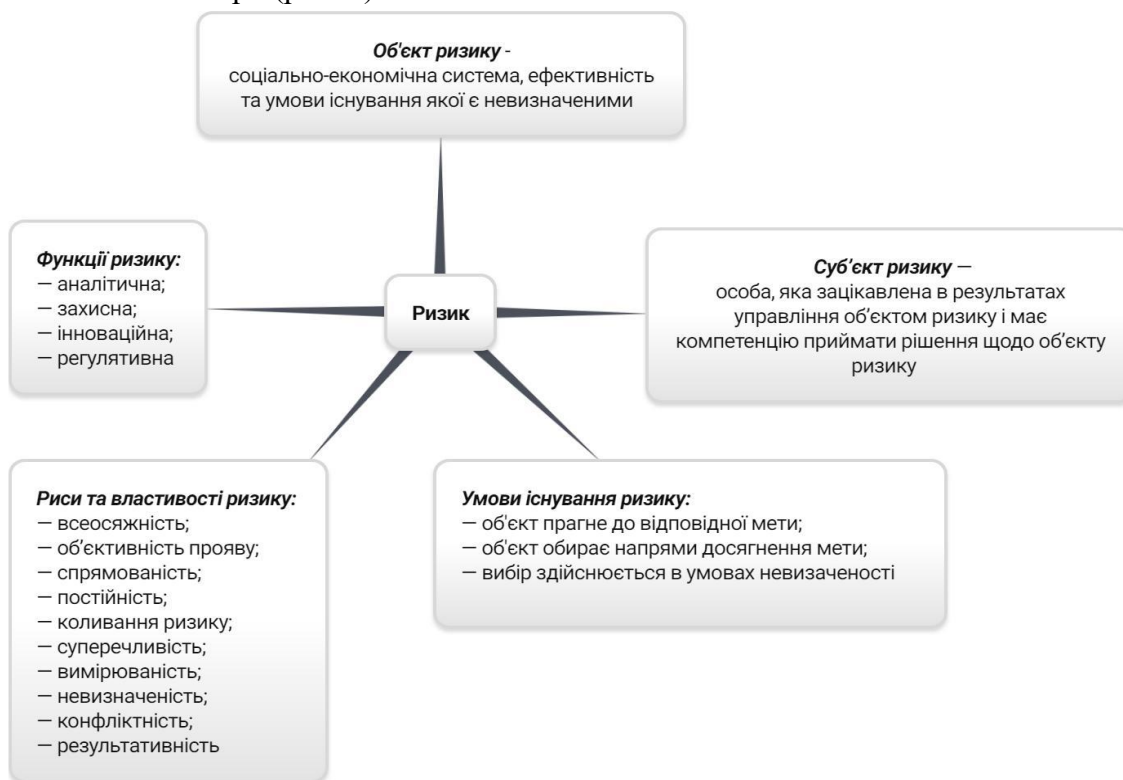


Рис. 1. Характеристика ризику як економічної категорії

Складено автором

Проблема економічного ризику та управління ним залишається актуальною на даний час у сучасних реаліях ведення бізнесу та зважаючи на вітчизняні традиції здійснення господарської діяльності, адже вона викликана потребами практики та ризик-менеджменту.

Наступними етапами дослідження проблем економічних ризиків можуть бути: визначення ризиків для конкретних сфер діяльності, зниження рівня їх настання та пошук перспективних напрямів нейтралізації результатів їх впливу на стан економічної безпеки суб'єктів господарської діяльності.

Список використаних джерел та літератури:

1. Зачосова Н. В. Організація протидії ризикам інтерфейсній безпеці в системі економічної безпеки суб'єктів господарювання / Н. В. Зачосова, І. В. Горячківська, В. М. Недзельський // Інвестиції: практика та досвід. - 2016. - № 14. - С. 30-33.

2. Данченко О. Б. Підходи до управління ризиками банку / О. Б. Данченко, В. О. Занора, А. І. Боркун, А. М. Шевченко // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2010. - № 1. - С. 24-29.
3. Занора В. О. Експертний метод аналізу ризиків промислового підприємства / В. О. Занора // Управління проектами та розвиток виробництва. - 2011. - № 2. - С. 99-105.
4. Герасименко О. М. Побудова карти ризиків як метод управління ризиками в компанії / О. М. Герасименко // Формування ринкових відносин в Україні. - 2013. - № 6. - С. 191-198.
5. Герасименко О. М. Побудова підрозділу з ризик-менеджменту: концептуальні підходи до кількості та професійного складу / О. М. Герасименко // Інвестиції: практика та досвід. - 2013. - № 2. - С. 7-10.
6. Босак І. П. Загальна оцінка економічного ризику підприємства / І. П. Босак, О. І. Гузела // Квалілогія книги. - 2011. - № 1. - С. 148-151.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Зачосова Н. В.

Е. В. Сакович

Гомельський державний університет імені Франціска Скорини

АНАЛИЗ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ФИНАНСОВОЙ ПИРАМИДЫ В БЛОКЧЕЙНЕ ETHEREUM

Республика Беларусь включается в передовой мировой процесс: государство разрешает криптовалюты, надеясь контролировать их и получать преференции в виде новых рабочих мест и косвенных налогов. При этом страна имеет опыт в создании ИТ-продуктов, конкурентоспособных на мировом уровне, что косвенно говорит о ее готовности работать с блокчейн-технологией. Однако создаются угрозы для устойчивости финансовой системы.

Целью исследования является исследование возможности с помощью экономико-математических методов описать и прогнозировать срок жизни такого явления как финансовая пирамида без централизованного владельца.

Финансовая пирамида определяется как «сомнительная сделка, способ наживы, применяемый финансовыми компаниями» [1]. Она состоит в том, что денежные средства, полученные от продажи компанией ценных бумаг, вовлекаемых в аферу лицам, образующим нижние слои «пирамиды», частично выплачиваются в виде дивидендов тем лицам, которые ранее приобрели ценные бумаги и образуют верхние слои «пирамиды», а также идут на широкомасштабную рекламу и в доход финансовой компании. «Пирамида» так или иначе обречена на разрушение, при этом участники нижних слоев теряют свои вложения, а компания либо терпит крах, либо приступает к созданию новой «пирамиды». По своей сути финансовые пирамиды призваны обогатить только своих создателей, ведь в их руках находится полный контроль за деятельностью проекта. Поэтому имеется постоянная возможность искусственно завершить пирамиду раньше естественного срока.

Смарт-контракты или криптографические «ящики», которые содержат значение и разблокируют его, только если выполняются определенные условия, также существенно упрощают создание децентрализованных финансовых пирамид без прямого вмешательства в их работу.

Сеть криптовалюты ethereum является платформой, позволяющей создавать уникальные проекты со своими правилами и условиями. Данные правила отражаются в исходном коде смарт-контракта.

Для анализа рассматривается один из первых смарт-контрактов на базе блокчейна ethereum. Данная пирамида работала по принципу выдачи средств за счет новых участников. Каждые 24 часа пользователю, внесшему депозит на определенную сумму, выплачивалось 3% от текущего вложения с момента последнего взаимодействия с контрактом. При этом сам депозит блокировался и был недоступен для получения.

Проанализируем цикл жизни пирамиды и способ его прогнозирования в сравнении с нормальным распределением Гаусса. Эмпирические частоты пирамиды для анализа представлены в таблице 1.

В ходе анализа проверяется гипотеза о том, что баланс пирамиды и, следовательно, остаток средств распределен по нормальному закону распределения с помощью критерия согласия Пирсона.

Таблица 1

Эмпирические и теоретические частоты пирамиды

День	Эмпирические частоты	Теоретические частоты
1	51	235
3	557	422
6	1980	921
9	2314	1783
12	3014	3049
15	3862	4618
18	4707	6186
21	6330	7329
24	7672	7680
27	7535	7100
30	6856	5804
33	5239	4200
36	3298	2687
39	1769	1522
42	0	763
$\Sigma_{\text{всего}}$	165185	165185

На основе сравнения эмпирических и теоретических частот составляется расчетная таблица, из которой находится наблюдаемое значение χ^2 (критерий хи-квадрат Пирсона). Результаты расчетов теоретических частот записываются в таблицу 1.

Так как статистика Пирсона измеряет разницу между эмпирическим и теоретическим распределениями, то чем больше ее наблюдаемое значение $K_{\text{набл}}$ (Наблюдаемое значение статистики Пирсона), тем сильнее довод против основной гипотезы. Поэтому критическая область для этой статистики всегда правосторонняя.

Границу функции (Критическая область свободы) $K_{\text{кр}} = \chi^2(k-r-1; \alpha)$ находим по таблицам распределения χ^2 и σ (заданным значениям), $k = 42$ (число интервалов), $r=2$ (степени свободы), α – заданный уровень значимости.

Таким образом, $K_{\text{кр}}(42; 0,05) = 55,76$; $K_{\text{набл}} = 10096,81$.

Наблюдаемое значение статистики Пирсона попадает в критическую область: $K_{\text{набл}} > K_{\text{кр}}$, поэтому есть основания отвергать основную гипотезу. Данные выборки распределены не по нормальному закону. Другими словами, эмпирические и теоретические частоты различаются значимо, что не позволяет точно прогнозировать срок жизни пирамиды.

Это может быть объяснено тем, что прирост баланса в рассматриваемом примере имеет неоднородный характер. Данная тенденция представлена на рисунке 1.

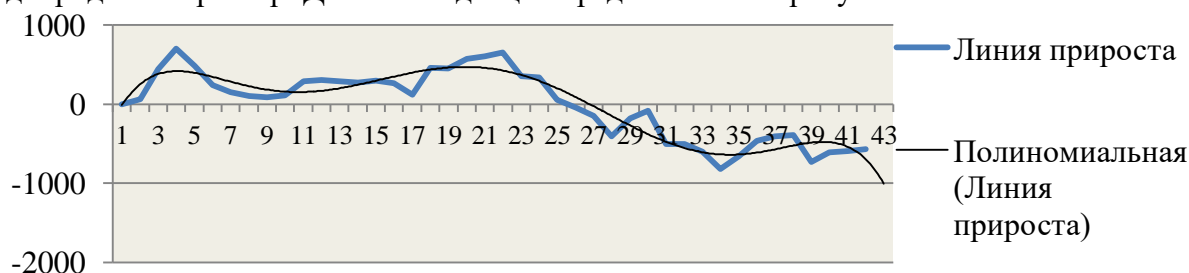


Рисунок 1. График изменения ethereum в балансе

Как видно из графика, в первую половину жизненного цикла наблюдается положительный прирост баланса. Это обусловлено тем, что новые средства полностью покрывают обязательства. После пересечения синей линией оси абсцисс баланс начинает уменьшаться. Причем поступления новых средств имеет неоднородный характер, что приводит к более быстрому росту по выплате обязательств перед участниками. Линия тренда, отмеченная черной кривой на графике, подтверждает данное предположение.

На рисунке 2 графически представляется баланс: синей линией отмечено распределение Гаусса, а черной – скользящая средняя за 4 дня.

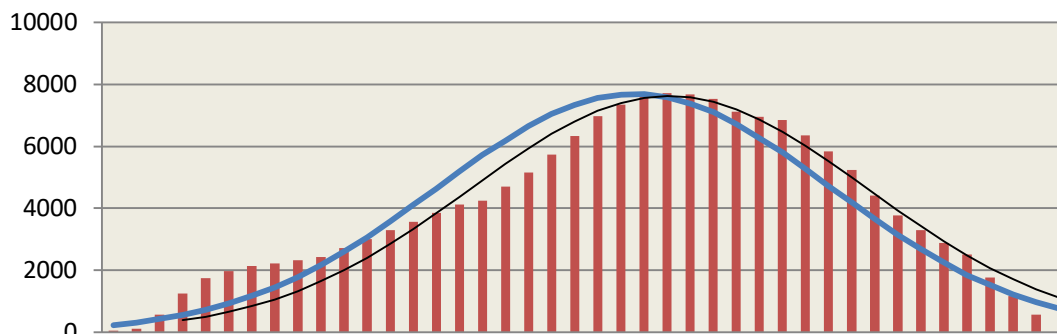


Рисунок 2. График для сравнения баланса и нормального распределения Гаусса

Таким образом, делая вывод по рисунку 2, можно заметить несовпадение нормального распределения Гаусса и трендовой линии. Это объясняется слишком резким ростом баланса в начале существования смарт-контракта.

Данное исследование показывает, что не смотря на совпадение экономико-математического прогнозирования жизненного цикла, имеется существенное различие с фактическим результатом. Это отчасти объясняется неравномерным распределением баланса, а также резким его ростом вначале.

Список использованных источников:

1. Модели кредитно-финансовых пирамид [Электронный ресурс] – URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1844>

Научный руководитель: доцент кафедры экономической информатики, учета и коммерции, к.э.н., доцент Пугачева О.В.

Д. В. Сафонов

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СТІЛЬНИКОВЕ ВИРОБНИЦТВО

В сучасних умовах для багатьох компаній, все, що потрібно, щоб різко збільшити ефективність і зменшити витрати, це бажати спробувати нові та творчі ідеї, щоб дізнатися, що найкраще працює. Якщо ви в змозі спростити свої виробничі завдання, збільшити організацію просторового та робочого процесу, вжити заходів для зменшення помилок і послухати працівників на виробництві, ваша компанія почне спостерігати зменшення витрат, поліпшення морального стану співробітників, підвищення ефективності та більшої ефективності здатність виготовляти продукцію за передбачуваним графіком.

В основі скорочення видатків і підвищення ефективності лежить спрощення виробничих завдань. Без критичного бачення можливостей для спрощення, виробничі завдання у всіх ваших операціях стають неефективними, що може призвести до втрати часу та ресурсів, непослідовної якості продукції та ряду інших негативних результатів. Знаходження відповідного методу для спрощення виробничих завдань є важливим першим кроком у поліпшенні будь-якої компанії.

Візьмемо, наприклад, Butler Automatic, винахідник нульової швидкості, безперервної автоматичної плівки. Обладнання Butler усуває зміни в мережі для пакувальної галузі. Враховуючи, що підвищення ефективності є ключовою частиною бізнесу Батлера, принцип економії є невід'ємною частиною власної виробничої практики компанії. [1]

Коли компанія Butler Automatic почала зміцнювати свою прихильність до методів економічного виробництва, їй довелося знайти спосіб спрощення, який був правильним для його конкретного виду виробництва. Оскільки Батлер будує сконфігуровані машини і продукти, які концептуально однакові, але кожен з них дещо відрізняється, щоб бути ідеально пристосованим до його кінцевого використання, була реалізована практика, відома як виробництво стільникового зв'язку. Стільникове виробництво є дуже корисним для компаній, які будують машини, які повинні бути налаштовані саме в перший раз.

Стільникове виробництво також вимагає, щоб один і той самий процес виконувався кожного разу, коли певна частина вироблялася або змінювалася. Можливі помилки зменшуються цим збільшеним повторенням, і навчання оператора спрощується. Можливо, найважливішим для процесу економічного виробництва є повторення, яке полегшує ітеративні зміни та відстежує, чи ці зміни позитивно впливають на загальну ефективність процесу.

Хоча стільникове виробництво не є єдиним способом спростити виробничі операції, воно є одним з найбільш ефективних і забезпечує відмінний приклад позитивних результатів, які можуть виникнути внаслідок впровадження прихованої практики. Виробництво стільникового зв'язку може бути правильним для вашого бізнесу, або ви можете спробувати знайти інший спосіб спрощення завдань. У будь-якому випадку, пошук способу спрощення процесу виробництва, що призводить до повторюваної якості та легко відстежуваних результатів, є важливим першим кроком у вдосконаленні.

Окрім спрощення процесів, організація виробництва та робочий процес можуть значно підвищити ефективність. Просторова організація інструментів, матеріалів та виробничого простору знижує час пошуку та транспортування. Акуратні та впорядковані робочі простори допомагають працівникам відчувати себе більш розслабленими та дозволяють їм працювати швидко та ефективно. Загальна чистота від бруду, пилу та розливів важлива, і не тільки через позитивний вплив на мораль працівників; чистота покращує безпеку працівників та якість кінцевого продукту. Чистота досить проста в обслуговуванні, якщо засоби для чищення є видимими і доступними. Організація, з іншого боку, зазвичай вимагає більш кодифікованої системи. Візуальні системи, як і робоча дошка, допомагають збільшити організацію на виробництві та спростити процес виробництва.

Візуальні системи особливо корисні, коли мова йде про організацію виробництва. Наприклад, робочі дошки безпосередньо на виробництві допомагають передавати інструкції та потреби клієнтів безпосередньо тим, хто їх потребує. Ці плати можуть включати те, які робочі місця в даний час знаходяться на виробництві, а також їх статус, інструкції або будь-яку іншу відповідну інформацію для керівників, операторів та інших працівників. Подібним чином, дошки з працевлаштування можуть включати більш детальну інформацію про кожен окремий продукт і можуть бути доступними для всіх працівників, які потребують доступу до цієї інформації.

Помилки є неминучою частиною виробництва, незалежно від рівня автоматизації, організації та простоти процесу. Визнання поширених джерел помилок за межами організаційних питань і робота над їх покращенням допомагає обмежити ці помилки і тому позитивно впливає на ваш процес.

Наприклад, кількість разів роботи або продукту часто призводить до збільшення ймовірності виникнення помилки. І навпаки, обмеження обробки частини або продукту зменшить ймовірність виникнення помилки. Вжиття заходів для обмеження обробки матеріалів є одним із способів сприяння зменшенню помилок у вашому процесі. Для автоматичного управління Батлером зменшення обсягів обробки матеріалів було запроваджено у процесі управління запасами, що управляється виробником. Комбінація стільникового виробництва та інвентаризації, керованої постачальниками (VMI), різко зменшила помилки у автоматичному виробничому процесі Батлера.

Хоча деякі можуть подумати, що VMI збільшує ймовірність того, що помилки відбуватимуться з боку продавців, насправді VMI є набагато більше, ніж перенесення відповідальності та часу обробки. VMI допомагає зменшити загальний обсяг запасів у системі та зменшити обсяг обробки кожного окремого компонента, по суті, розширюючи фабрику або склад постачальника у власний виробничий центр. Постачальник розміщує інвентаризацію безпосередньо у виробничих осередках або інших областях використання, виключаючи необхідність отримання, обробки, підрахунку та переміщення компонентів від прийому до місця їх зберігання, а потім пункту використання.

Крім того, створення стандартних процедур по можливості може допомогти зменшити помилки. Підвищене повторення означає більш просту підготовку оператора і підвищене знайомство з процесом. Спрощена експлуатація має додаткову перевагу, що полегшує навчання працівників у різних частинах виробничого процесу. Крос-навчені працівники допомагають підвищити гнучкість робочої сили та ефективність.

Отже, стільникове виробництво стає трендом в бізнес-організаціях, тому що спрощує операції, є одним з найбільш ефективних і забезпечує відмінні позитивні результати.

Список використаних джерел та літератури:

1. Johns Ch. Improving Manufacturing Processes Through Lean Implementation [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.qualitydigest.com/inside/quality-insider-article/tips-improving-manufacturing-practices-through-lean-implementation>

Науковий керівник: старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Чередниченко В.В.

А. А. Северинчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛADOVA ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ

Останніми десятиліттями спостерігається інтенсивний розвиток процесу інформатизації суспільства, що призвело до виникнення глобальної проблеми – інформаційної безпеки як підприємств України, так і суспільства у цілому. Діяльність підприємства залежить від стану навколишнього (зовнішнього та внутрішнього) інформаційного середовища. Будь-які впливи джерел інформаційного середовища на інформаційну сферу підприємства становлять загрозу і ризики для безпеки підприємства.

Інформаційна безпека підприємства є однією з головних для ефективного функціонування. У зв'язку з наявністю різноманітних способів конкурентного впливу з використанням інформації питання інформаційної безпеки набуває все більшої актуальності. Дослідженню інформаційної складової безпеки підприємство присвятили праці такі зарубіжні і вітчизняні вчені: Д. Граф, Н. МакДональд, К. Рассел, К. Скрипкін, В. Дудикевич, М. Карпінський та ін.

Питання інформаційної безпеки відображене у Законах України: «Про основи національної безпеки України» [1], «Про концепцію національної програми інформатизації» [2], «Про національну програму інформатизації» [3].

Поняття інформаційної безпеки підприємства полягає у формуванні принципів, методів та заходів щодо виявлення, аналізу, запобігання та нейтралізації негативних джерел, причин і умов впливу на інформацію. Крім того, дане поняття характеризує стан інформаційного захисту підприємства в умовах, з імовірністю загроз, що досягається системою заходів, спрямованих на попередження, виявлення та ліквідацію інформаційних загроз [4, с.139].

Виділяють дві групи загроз відносно інформаційної безпеки підприємства:

1. Ненавмисні, або випадкові дії (помилки в управлінні, неадекватна підтримка механізмів захисту тощо);

2. Навмисні дії (загрози) характеризуються несанкціонованим доступом до інформації і несанкціонованою маніпуляцією даними, ресурсами і самими системами.

Також, в окрему групу виділяють загрози, які пов'язані з навмисними помилками, що виникають у зовнішньому середовищі підприємства:

- розробка і поширення комп'ютерних вірусів різного характеру;
- перехоплення інформаційного потоку;
- несанкціонований доступ до інформації системи;
- зміна комп'ютерної інформації і підrobка електронних підписів тощо [5].

Інформаційні технології знаходяться у стадії активного розвитку і це дає все більше можливостей доступу до інформаційних ресурсів та переміщення необхідних обсягів інформації на будь-яку відстань. З цієї причини підприємствам необхідно постійно посилювати та удосконалювати систему захисту доступу до інформації. Але при цьому виникає три проблеми.

Перша пов'язана з тим, що керівництво підприємства не завжди розуміє доцільність та необхідність посилення системи захисту інформаційної безпеки підприємства.

Друга полягає у відсутності достатньої кількості коштів. Відсутність фінансування для створення інформаційної безпеки підприємства зустрічається дедалі частіше.

Третя ж проблема є найнебезпечнішою. У цій ситуації керівництво підприємства визнає необхідність створення чи посилення системи інформаційної системи, виділяє на це кошти, але доручає цим займатись фахівцям без належної освіти та досвіду. Це може призвести до витоку інформації, надання доступу третім, зацікавленим особами, кібератакам тощо.

Розробка системи захисту інформаційної безпеки підприємства повинна ґрунтуватись на сучасних методах, що забезпечують максимальних захист від витоку інформації. До таких методів можна віднести: перешкоду, маскування, регламентацію, управління, примус і спонукання [6, с.159].

Окрім методів з метою запобігання витоку та втрати цінної інформації підприємствам доцільно використовувати 6 основних засобів:

- фізичні;
- апаратні;
- програмні;
- апаратно-програмні;
- законодавчі;
- криптографічні та організаційні методи.

Без належного захисту інформаційної безпеки підприємства ризикують своєю економічною безпекою.

На нашу думку, займатися розробкою та вдосконаленням системи інформаційної безпеки підприємства слід спеціальному підрозділу інформаційної безпеки, що входить до складу служби економічної безпеки підприємства. Саме в такому разі з'являються найкращі можливості вирішення проблем та питань інформаційної безпеки підприємства.

Отже, у сучасних умовах здійснення підприємницької діяльності інформаційна безпека є невід'ємною складовою системи економічної безпеки кожного підприємства. Розробка надійної системи захисту інформаційної безпеки забезпечує підприємству стійке положення та мінімізацію загроз інформації.

Список використаних джерел та літератури:

1. Про основи національної безпеки України: Закон України від 19 червня 2003 року № 964-IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 39. – Ст. 351.
2. Про концепцію національної програми інформатизації: Закон України від 4 лютого 1998 року № 75/98-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – № 27-28. – Ст. 182.
3. Про національну програму інформатизації: Закон України від 4 лютого 1998 року № 74/98-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1998. – № 27-28. – Ст. 181.
4. Нехай В. А., Нехай В. В. Інформаційна безпека як складова економічної безпеки підприємств./ В.А. Нехай, В.В. Нехай.// Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету : зб. наук. пр.- Одеса. Серія Економіка і менеджмент. – 2017. – №24(2). - С.137-140.

5. Бурячок В.Л. Інформаційний та кіберпростори: проблеми безпеки, методи та засоби боротьби [Підручник] / В.Л. Бурячок, Г.М Гулак, В.Б. Толубко. – К. : ТОВ «СІК ГРУП УКРАЇНА», 2015. – 449 с.

6. Северина С. В. Інформаційна безпека та методи захисту інформації / С. В. Северина. // Вісник Запорізького національного університету. – 2016. – №1. – С. 155–160.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О.О.

А. А. Северинчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У діяльності українських підприємств важливе значення має розробка стратегічного планування з метою визначення цілей підприємства, а також обґрунтування шляхів досягнення поставлених цілей. Стратегічне планування необхідне країнам з невеликою економікою, до яких належить і Україна. Крім того, стратегічне планування відбувається під впливом нестабільного зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства.

Питання необхідності розробки стратегічного планування для підприємств в сучасних умовах все ще актуальне.

Значний внесок у розв'язок даної проблеми зробили як вітчизняні, так і зарубіжні вчені: В.А. Винокуров, О.С.Віханський, В.Г. Герасимчук, М.І.Круглов, П.В. Забелін, А.І. Ільїн, Д. Акер, І. Ансофф, У. Кінг, Д. Кліланд тощо.

Провідний український вчений Чучмарьова С. Ю. дає наступне визначення стратегічному плануванню: «Це основа стратегічного менеджменту, яка становить процес вибору цілей діяльності підприємства та шляхів їх досягнення, орієнтованих на потреби й запити споживачів, що забезпечує необхідні стратегічні зміни на підприємстві, адекватні змінам, що відбуваються в зовнішньому середовищі» [1, с.244].

Під час здійснення стратегічного планування основний акцент повинен робитися на розробку стратегічного плану. Також крім його розробки необхідною складовою є опрацювання заходів стосовно впровадження стратегічного плану в дію.

Сфремов В. С. в свою чергу визначає стратегічне планування як логічну послідовність декількох етапів, що включають сукупність процедур. За своїм характером їх можна об'єднати у дві групи: стратегічний аналіз і стратегічне проектування. До стратегічного аналізу належать: аналіз зовнішнього середовища, SWOT-аналіз. До стратегічного проектування відносять: розробка місії, дослідження стратегічного положення, формулювання цілей підприємства, планування реалізації стратегії [2, с.58].

Стратегічне планування має на меті оцінку перспектив, виявлення можливостей і загроз зовнішнього середовища, сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища. Крім того, він допомагає аналізувати зміни конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Розробка стратегічного плану забезпечує виживання підприємства в постійно змінних умовах, передбачає розвиток тих напрямів діяльності підприємства, що підвищують конкурентоспроможність на ринку.

Процес стратегічного планування проходить через 3 основних етапи.

I етап. Формується стратегія. Після цього визначається мета економічної діяльності підприємства, проводиться зовнішній та внутрішній аналіз.

II етап. Стратегія набуває певної форми. Тобто підтвердження того, що стратегія буде реалізована у відповідній формі (програма, план, бюджет).

III етап. Оцінюється і контролюється впровадження стратегії. Порівнюються планові та звітні показники діяльності підприємства [3, с.466].

В процесі стратегічного планування центральне місце належить формуванню стратегічного набору підприємства, до складу якого входить перелік стратегій, тобто це прийняті керівництвом напрями і способи діяльності для досягнення довгострокових цілей

розвитку підприємства. З цього слідує що, стратегічний набір складається із ряду стратегій різного виду, які впроваджує підприємство в певний період часу, і які відображають специфіку його функціонування та розвитку, та місце підприємства у зовнішньому середовищі.

Окрім розробки стратегічного планування підприємства мають приділяти увагу розробці програм, що матимуть на меті шляхи розвитку і удосконалення діяльності підприємства. До проблем, що потребуватимуть таких програм можна віднести:

- Довгострокові конкурентні переваги;
- Забезпечення конкурентної позиції на ринку;
- Реорганізація діяльності підприємства;
- Удосконалення чи розробка нового продукту тощо.

Успішність реалізації стратегічного планування залежить від дотриманням основних умов. До таких вимог належать:

- Уміння моделювання ситуації;
- Здатність виявляти необхідність змін чи реорганізації на підприємстві, що пов'язано зі змінами тенденцій, необхідністю підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції чи послуг;
- Здатність розробляти проект стратегічних змін для найефективнішого функціонування підприємства;
- Здатність використання надійних методів у ході змін;
- Здатність реалізації стратегії [4, с.91].

На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що стратегічне планування – це процес розробки стратегічних цілей і стратегічного плану втілення поставлених цілей на основі вибраної стратегії. Стратегічне планування покликане вчасно реагувати на зміни та управляти ними. Кінцевим результатом стратегічного планування є стратегічний план, де зазначаються головні завдання, шляхи та необхідні ресурси для досягнення поставлених стратегічних цілей.

Список використаних джерел та літератури:

1. Чучмарьова С. Ю. Стратегічне планування інноваційного процесу на підприємстві/ С. Ю. Чучмарьова // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку . - 2015. - № 767. - С. 243-248.
2. Єфремов В. С. Стратегія бізнесу. Концепції та методи планування: навч. посіб. / В. С. Єфремов. - М.: Фінпрес, 2014. - 192 с.
3. Зелль А. Дослідження зв'язку стратегічного і тактичного планування / А.Зелль // Журнал європейської економіки. — 2014. —№4. — С. 464—480.
4. Винокуров В. А. Організація стратегічного управління на підприємстві / В. А. Винокуров. -М.: АТЗТ «Центр економіки і маркетингу», 2014. - 456 с.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Білоус С.П.

А. А. Северинчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ ЯК СКЛАДОВА САМОМЕНДЖМЕНТУ

Сучасні підприємства, що діють в умовах нестабільної ринкової економіки, мають на меті підвищення прибутку, збільшення обсягу виробництва та продажу продукції, удосконалення обладнання тощо. Але досягнення поставлених цілей в більшій мірі залежить від уміння керівників підприємства управляти часом. Управління часом, або тайм-менеджмент, допомагає ефективно використовувати потенціал підприємства, досягати успіху як керівнику, так і працівнику. Проблема раціонального використання часу все ще залишається актуальною.

Дослідження ефективності раціонального використання часу можна знайти у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених, таких як: Л.В. Балабанової, Г. А. Архангельського, В.М. Данюка, С.Кові, Б.Трейсі, Д.Аллена, Дж.Коулі, Л. А.Зайверта, Д.М. Граніна та інших.

Тайм-менеджмент - раціональне розподілення та ефективне використання часу дня і тижня, тобто це облік і оперативне планування часу [1, с.88]. Тайм-менеджмент можна вважати наукою про ефективне планування і раціональне використання часу. Тайм-менеджмент стосується всіх чинників, що впливають на час.

У книзі Брайана Трейсі “Результативний тайм-менеджмент” тайм-менеджмент порівнюється із мистецтвом управління не лише своїм часом, а й життям вцілому [2, с.5].

Тайм-менеджмент базується на 4 основних принципах:

1. Уміння працювати з цілями. Кожна ціль повинна бути реальною, конкретизована та мати обмеження у часі;
2. Розставлення пріоритетів – основа тайм-менеджменту;
3. Знання інструментів планування. Їх існує безліч і кожна людина обирає найбільш зручні та оптимальні. Наприклад, записи у блокноті, нотатки у телефоні, настільний планер тощо;
4. Вироблення звичок. Звичка сприяє досягненню цілей.

Виконання принципів тайм-менеджменту відбувається поетапно (рис.1.).

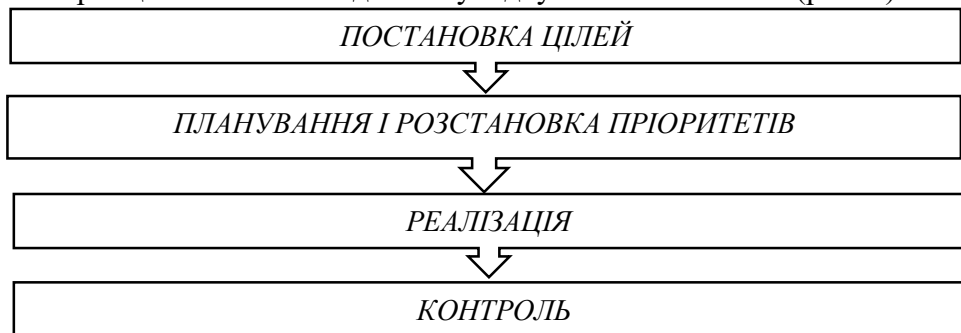


Рис.1. Етапи виконання планів відповідно тайм-менеджменту

Для постановки пріоритетів використовують два методи – принцип Парето і матрицю Ейзенхауера.

Принцип Парето полягає у тому, що лише 20% справ приводять до 80% бажаного результату. Згідно з цим треба визначити пріоритетність 20% справ для найбільшого впливу на результат.

Матриця Ейзенхауера – це градація задач відповідно до їх терміновості та важливості у матричній формі (табл.1.) [3, с.113].

Таблиця 1

Матриця Ейзенхауера

Важливість \ Терміновість	Терміновість	
	Не терміново	Терміново
Важливо	запланувати час виконання задачі та виконати її особисто	одразу самостійно виконати
Не важливо	не робити, відкинути	одразу самостійно виконати

Найбільш ефективним вважається гнучке планування, без жорстких встановлень параметрів часу. Але планування залишається одним із головних завдань для досягнення результативної роботи керівника і підприємства.

Використання основних принципів тайм-менеджменту має переваги та недоліки.

Переваги

- Контроль результату;
- Планування робочого часу.

Недоліки

Не кожен здатен об'єктивно оцінити свою діяльність і делегувати частину справ колегам чи підлеглим.

Одним із ефективних методів управління часом є складання списку всіх необхідних справ. Його автором є Б. Трейсі. Він полягає в тому, що необхідно написати список справ. Після чого до списку застосувати метод АБВГД:

- А - «Обов'язково зробити» - серйозні наслідки невиконання.
- Б - «Бажано зробити» - помірні наслідки виконання або невиконання.
- В - «Хотілося б зробити» - ніяких наслідків у разі виконання або невиконання.
- Г - «передоручив» - все, від чого ви можете ухилитися, щоб вивільнити більше часу для справ, які здатні виконати тільки ви.
- Д - «Виключити» - відмовитися від усіх завдань і справ, які більше не є необхідними для вашої роботи і досягнення ваших цілей.

Після цього навпроти кожної справи поставити відповідну букву.

Якщо в списку виявиться кілька справ з позначкою А, треба розставити їх в порядку важливості і пронумерувати А-1, А-2, А-3 і т.д. Те ж саме зробити з позначками Б і В.

Правило тут полягає в тому, що ви ніколи не повинні виконувати роботу Б, поки у вас не виконана робота А. Ви ніколи не повинні займатися менш цінними справами, якщо перед вами стоять більш важливі завдання [4]. Таким чином, важливо керувати не лише часом, а й процесам. Ефективність використання тайм-менеджменту полягає не у швидкості виконання завдань, а в правильному розподілі часу, можливостей, сил. Перш ніж приступати до виконання справ, необхідно все ретельно продумати і спланувати.

Список використаних джерел та літератури:

1. Євтушенко Г.І., Дерев'яно В.М. Аналіз стану управління робочим часом та шляхи підвищення ефективності застосування «тайм-менеджменту» в організації/ Г.І. Євтушенко, В.М. Дерев'яно// Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України: електронне наукове видання. – Ірпінь: Національний університет державної служби України. – 2015. - № 1 – С. 88-96.
2. Трейсі Б. Результативний тайм-менеджмент: ефективна методика управління власним часом / Б. Трейсі. – Харків: КСД, 2016. – 80 с.
3. Бабчинська О.І. Шляхи підвищення ефективності роботи підприємства за допомогою тайм-менеджмента / О.І. Бабчинська, В.С. Вараниця // «Молодий вчений». – 2015. – № 12 (27). – Частина 1. – С. 112-115.
4. Трейсі Б. Немає виправдань! Сила самодисципліни / Б. Трейсі. – Харків: КСД, 2017. – 208 с.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки, к.е.н.
Кравченко О.О.

А. А. Северинчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СТРАТЕГІЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ЇЇ РОЗРОБКИ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ

Вітчизняні підприємства змушені функціонувати в умовах нестабільної економіки, невизначеності результатів господарських процесів і коливання кон'юнктури фінансового ринку. Це призводить, у першу чергу, до нестійкого фінансового стану суб'єктів господарювання і є причиною низького рівня їх економічної безпеки. Крім того, виникають труднощі у досягненні поставлених цілей та мети функціонування бізнес-структур. Для подолання цих перешкод підприємства потребують вжиття заходів щодо забезпечення їх економічної безпеки. Одним із таких заходів на довгострокову перспективу є розробка стратегії економічної безпеки. Створення стратегії економічної безпеки є актуальною прикладною проблемою у процесі ризико орієнтованого управління сучасним підприємством.

Успішні спроби вирішення проблеми розробки та реалізації ефективної стратегії економічної безпеки підприємств можна знайти у працях таких вітчизняних вчених, як Зачосова Н.В. [1], Занора В.О. [2, 3], Тулуб О.М. [4], Линник О.І., Артеменко Н.В. [5], Момот Т. В. [6], Орлик О. В. [7], Ареф'єв В. О.[8] тощо.

На думку авторитетної наукової спільноти, стратегія економічної безпеки – це довготривалі, найбільш принципові і важливі установки, плани, наміри керівників (власників) підприємства, спрямовані на створення та постійний розвиток системи економічної безпеки, здатної адекватно протидіяти всім внутрішнім і зовнішнім небезпекам і загрозам його стабільній роботі та ставати на заваді його розвитку у поточний момент часу, а також у найближчій та віддаленій перспективах [5, с.165].

В умовах економічної нестабільності, характерної для провадження діяльності сучасних суб'єктів господарювання, стратегія економічної безпеки будь-якого підприємства повинна містити такі складові:

1. Стратегію випереджальної протидії, що має на меті передбачення та попередження негативних явищ, підготовку до їх появи та мінімізацію їх впливу на стан економічної безпеки на початковому етапі їх реалізації.

2. Стратегію адекватної відповіді на ризики та загрози, яка полягає у прийнятих керівництвом підприємства рішень щодо нейтралізації загроз внутрішнього та зовнішнього середовища, які можуть бути виявленими у процесі фінансового аналізу та аналізу стану зовнішнього середовища суб'єкта господарювання.

3. Стратегію захисту, яка забезпечує захист інформації, майна підприємства і безпеку персоналу [6, с.139].

Успішність розробки дієвої та ефективної стратегії економічної безпеки полягає у дотриманні таких принципів: орієнтація на довгострокові цілі підприємства, забезпечення взаємозв'язку елементів стратегії, за допомогою яких буде здійснюватися досягнення основної мети діяльності підприємства, гнучкість і багатоваріантність розвитку подій, єдність і комплексність стратегії.

Розробка дієвої стратегії забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах нестабільного зовнішнього та внутрішнього середовища вимагає від керівництва аналізу кризових явищ, розробку заходів щодо мінімізації загроз економічній безпеці, розробку шкали оцінювання ефективності заходів з точки зору нейтралізації дії негативних чинників на її стан тощо.

Процес розробки стратегії економічної безпеки підприємства складається з шести основних етапів (рис.1).

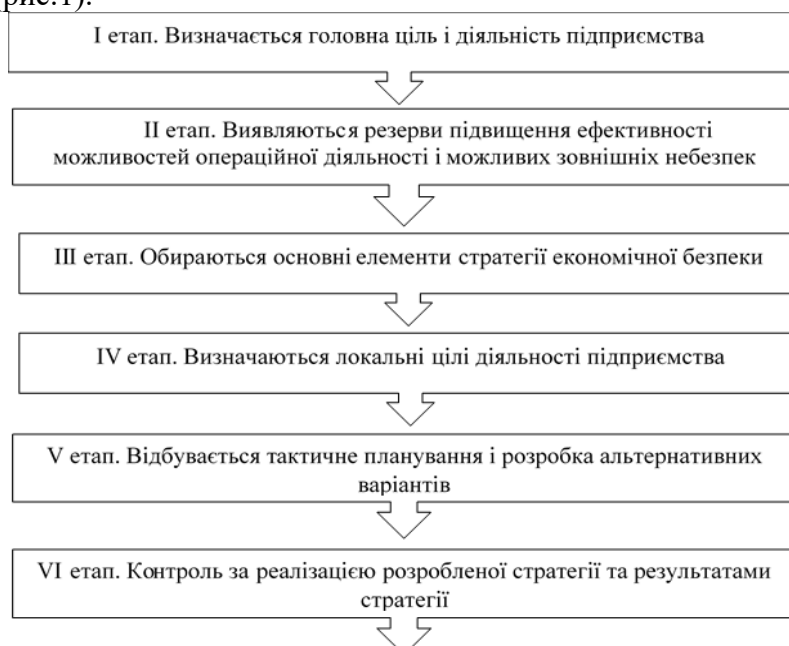


Рис.1. Етапи розробки стратегії економічної безпеки підприємства [7, с.71]

Зазначені етапи мають виконуватись послідовно. З метою можливості уточнення та деталізації заходів із урахуванням особливостей економічної діяльності підприємства, стратегія економічної безпеки повинна мати адаптивний характер.

У процесі контролю за реалізацією стратегії доцільно використовувати збалансовану систему показників (BSC) та ключові показники ефективності (KPI). Контроль реалізації стратегії проводиться за основними стратегічними цільовими нормативами фінансово-економічної діяльності підприємства [8, с.6].

Грамотна стратегія забезпечення економічної безпеки відіграє важливу роль у процесі діяльності підприємства. Розробка та реалізація стратегії економічної безпеки підприємства – багатогранний і складний процес. Стратегія має формуватися на засадах використання даних оцінювання можливостей підприємства та відповідності фінансово-економічним інтересам підприємства та його стейкхолдерів. Стабільна робота підприємства та високий рівень економічної безпеки залежить від правильно розробленої стратегії його довгострокової діяльності.

Список використаних джерел та літератури:

1. Зачосова Н. В. Визначення стратегічних орієнтирів зміцнення економічної безпеки фінансових установ як необхідний етап формування стратегії економічної безпеки України / Н. В. Зачосова // Бізнес Інформ. - 2016. - № 1. - С. 272-276.
2. Занора В. О. Управління системою економічної безпеки підприємства на основі проектного підходу / В. О. Занора, Б. І. Сільченко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2017. - Вип. 5(1). - С. 130-133.
3. Занора В. О. Узагальнення науково-методичних підходів до стратегічного управління підприємством / В. О. Занора // Вісник Черкаського університету. Серія : Економічні науки. - 2015. - № 33. - С. 59-63.
4. Тулуб О. М. Управління системою фінансово-економічної безпеки виробничої фірми / О. М. Тулуб, О. М. Теслюк // Інвестиції: практика та досвід. - 2016. - № 16. - С. 29-32.
5. Линник О.І. Стратегія економічної безпеки підприємства як фактор зменшення впливу зовнішніх та внутрішніх загроз / О.І. Линник, Н.В. Артеменко // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2014. - № 67 (1040) - С. 159-169.
6. Момот Т. В. Фінансово-економічна безпека : стратегічна аналітика та аудиторський супровід : монографія / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова ; за заг. ред. Т. В. Момот. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. – 340 с.
7. Орлик О.В. Стратегія фінансово - економічної безпеки підприємства: особливості процесу розробки та реалізації/ О.В.Орлик //Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: зб. наук. пр./О.В. Орлик. – Х. – 2016. – С.71-81.
8. Ареф'єв В. О. Формування фінансової стратегії в системі фінансової безпеки підприємства / В. О. Ареф'єв // Стратегія розвитку України. Економіка. Соціологія. Право. – 2013. – № 4. – С. 1–7.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Зачосова Н. В.

М.А. Серета

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РОБОТА КОМАНДИ ЯК ГРУПОВИЙ ФЕНОМЕН В ОРГАНІЗАЦІЯХ

У сучасному ефективному управлінні людськими ресурсами розглядається робота команди, як груповий феномен в організаціях. Команди стають все більш популярними в результаті розвитку технологій та підвищеної уваги до систем комплексного управління. Ці тенденції в організаційному розвитку призвели до переміщення акценту з поведінки окремих менеджерів та працівників на діяльність багатофункціональних управлінських команд, сконцентрованих на комплексних проблемах і задачах. Команда є вищим рівнем розвитку людської організації. Тому одним із актуальних питань на сучасному етапі розвитку управління людськими ресурсами є підходи побудови команд. Ознайомившись з джерелами [1], [2], зазначимо, що команда – це група з двох або більше осіб яка побудована з урахуванням реальних якостей її співробітників, заради максимально ефективного досягнення цілей організації. Можна виділити специфічні ознаки команди:

- У команді немає яскравого лідера, його функції розділені між усіма учасниками команди
- У команді виділяють особисту та взаємну відповідальність
- Команда виробляє продукти саме спільної діяльності
- При роботі у команді заохочуються вільні зустрічі для активного вирішення проблем
- Діяльність команди можна оцінити саме за колективним продуктом, який було спільно вироблено
- Команда обговорює, приймає рішення і головне далі не делегує реалізацію на окрему особу, а спільно його виконує [2, с. 391].

Традиційним підходом до командоутворення, який отримав широке застосування практиці, є виділення основних чотирьох стадій формування команди:

1 Стадія. Починаюча команда (Серед всіх учасників команди виділяють так званого «контролера», який виступає в ролі наставника в щоденній роботі команди, допомагаючи і навчаючи учасників команди. Згодом обов'язково делегує частину відповідальності за успіхи та невдачі фірми.)

2 Стадія. Команда перехідного періоду. (Оскільки учасники команди поступово беруть на себе все більшу частину відповідальності, такої як збір інформації, узгодження рішення щодо того чи іншого питання, подолання конфліктів, виконання буденної роботи, контролер(керівник) починає все більше займатись координацією, а не контролем.)

3 Стадія. Досвідчена команда. (Члени команди самостійно узгоджують рішення, за які вже несуть повну відповідальність, в основному самі керують своєю щоденною діяльністю, турбують керівника лише в екстрених випадках. Керівник вже повністю переходить до координації роботи, а не її контролю. Забезпечує ресурси, збирає дані про кількість, якість роботи, інші важливі показники та інформує команду про те, як вона працює)

4 Стадія. Зріла команда. (Це заключна стадія побудови команди. На ній учасники вже несуть повну відповідальність за виконану роботу: планування, розподіл обов'язків, вирішення технічних, фінансових, адміністративних, особистих проблем. Команда самостійно вирішує коли їй необхідна зовнішня допомога. Координатор роз приділяє ресурси між командою і при необхідності забезпечує команду своєю допомогою, які виконував на попередніх стадіях.) [1, с. 70-76].

Список використаних джерел та літератури:

1. Технології управління персоналом: монографія / О.А.Гавриш, Л.Є.Довгань, І.М.Крейдич, Н.В.Семенченко.-Київ : НТУУ «КПІ імені Ігоря Сікорського», 2017. – 494 с.
2. Неларин Корнелиус. HR - менеджмент. – М.: Баланс Бизнес Букс, 2015. – 520 с.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

А. С. Трохименко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Маркетинг — це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення мети організації шляхом найбільшого задоволення потреб споживачів. Організація маркетингу є важливим аспектом будь-якої організації [1]. За для задоволення потреб споживачів не достатньо лише створити відділ маркетингу, а потрібно зв'язати всі підрозділи підприємства в одне єдину команду прийняття управлінських рішень. Відділ маркетингу допоможе компанії досягнути позитивного результату, якщо вся інформація буде нова та актуальна.

Для результативної роботи відділу маркетингу в організації потрібно вирішити такі питання: створити чи покращити вже наявну структуру маркетингу, шляхом пошуку амбіційних, молодих людей, які користуються актуальною інформацією; знайти

кваліфікованих спеціалістів, чи провести перепідготовку працівників; розподілити функції, права та обов'язки між персоналом маркетингової та інших відділів, спланувати мотиваційні методи як для працівників так і для менеджерів; облаштувати гідні умови за для результативної праці фахівців маркетингового відділу, та створити дружельобний психологічний клімат у колективі; створити результативну взаємодію між маркетинговим відділом із іншими відділами та підрозділами організації, намагатись прискорювати темпи роботи відділу маркетингу [2];

Маркетингова діяльність має головну роль у діяльності підприємства. Але нажаль в більшості українських підприємствах маркетингова служба вважається другорядним аспектом виробництва. При створенні відділу маркетингу на підприємстві, потрібно врахувати, що ми будемо виготовлять, які потреби будемо задовольняти, хто буде купляти нашу продукцію, хто наші конкуренти, лише після цього приступити до підбору працівників та розмір заробітної плати тощо. Для ефективного функціонування маркетингових досліджень необхідно використовувати найактуальнішу інформацію, яка допоможе отримати перевагу над своїми конкурентами, знизити фінансові ризики, спостерігати за реакцією споживачів, спрямовувати підприємницьку стратегію у правильному напрямку. Отже, якщо підприємство прагне розвиватися, бути конкурентно-спроможним на ринку, то споживач повинен бути на першому місці, а не власна винагорода у 100-200%. Необхідно інвестувати у маркетинг компанії, тому що цей відділ буде представляти ваш товар чи послуги на ринку.

Список використаних джерел та літератури:

1. Богомолова В. В. Організація управління маркетинговою діяльністю підприємства // Матеріали // Матеріали XV Міжнародної наукової конференції молодих науковців «Наука і вища освіта». У 3 ч. / м. Запоріжжя, 17-18 травня 2014 р.- Запоріжжя: ГУ «ЗІДМУ», 2014. - Ч. 2.- С. 54-55.
2. Білик В.В. Організаційно-економічний механізм стимулювання інфраструктурного розвитку регіону // Інтелект XXI. 2014. № 1. С. 35-40.
3. Будько С. Маркетолог у комерційній структурі: проблеми підготовки професійної адаптації // Маркетинг в Україні. №4.- 2015.- С.66-67.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

І. Ю. Хижняк

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЗАГРОЗИ ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЇХ МІНІМІЗАЦІЇ

Суб'єкти господарювання України здійснюють підприємницьку діяльність в умовах реформування ринкової економіки, глобалізації ринків товарів і послуг і розвитку євроінтеграційних процесів. Це спричиняє нестабільність функціонування підприємств та вимагає розробки системи їх економічної безпеки, що буде направлена на мінімізацію чи подолання впливу можливих загроз, здатних негативним чином вплинути на стан та результати їх діяльності. Тому спроби вирішення проблеми мінімізації впливу загроз на підприємницьку діяльність можна вважати актуальним науковим і прикладним завданням.

Дубецька С.П. вважає, що загроза економічній безпеці – це потенційна чи реальна подія (процес), що здатна порушити стійкість і розвиток підприємства чи призвести до припинення його діяльності [1, с.147].

Загрози є невід'ємною складовою у здійсненні підприємницької діяльності, оскільки підприємства функціонують у ролі відкритої системи в умовах ринкової економіки, і діяльність підприємств залежить від умов зовнішнього та внутрішнього середовища. Саме середовище можна охарактеризувати як систему із нестабільними та швидкими змінами, які становлять загрозу для вітчизняних підприємств.

Загроза може проявлятися у вигляді збитків чи втрат, інтегральний показник яких характеризує ступінь зниження економічного потенціалу суб'єкта господарювання за певний проміжок часу [2].

Виділяють дві основні причини виникнення загроз економічній безпеці підприємства. Перша причина пов'язана з макрорівнем, тобто чинниками загальноекономічного характеру, які здійснюють негативний вплив на підприємства. До другої ж причини належать ті обставини, що характеризуються неефективним прийняттям управлінських рішень, тобто формуються на мікрорівень господарської структури.

Усі загрози поділяються на дві основні групи: зовнішні та внутрішні.

Зовнішні загрози – це ті загрози, які не залежать від процесу функціонування підприємства і, відповідно, виникають у зовнішньому середовищі. До них належать:

- рівень інфляції;
- високий рівень недобросовісної конкуренції;
- несприятливі макроекономічні умови тощо.

Внутрішні загрози – загрози, що залежать від результатів діяльності підприємства. Такі загрози виникають у його внутрішньому функціональному середовищі. До основних внутрішніх загроз слід віднести:

- недостатній рівень кваліфікації персоналу;
- неконкурентну цінову політику;
- слабкий захист інформаційного поля діяльності підприємства;
- прорахунки в тактичному та стратегічному плануванні [3, с.42].

На нашу думку, для мінімізації чи нейтралізації впливу зовнішніх загроз на стан економічної безпеки підприємства слід розробити ефективну систему фінансово-економічної безпеки.

Для зменшення впливу загроз внутрішнього середовища, розкриття та розвитку потенційних можливостей підприємства, пропонуємо такі заходи:

- розробити ефективну систему управління персоналом;
- створити систему адаптації персоналу на підприємстві;
- створити систему формування кадрового резерву;
- чітко розподіляти повноваження і обов'язки між працівниками тощо.

Найчастіше топ-менеджмент підприємств помиляються, коли інвестує чималі суми у розробку та забезпечення захисту системи економічної безпеки підприємства від впливу зовнішніх загроз. Одним із варіантом вирішення цієї проблеми є залучення іноземних інвесторів.

Керівники підприємств часто ігнорують внутрішні загрози, що призводить до занепаду бізнесу. Причиною цього є некомпетентність керівництва чи непорозуміння між колективом і менеджментом підприємства. Для вирішення цієї проблеми потрібно посилити рівень мотивації працівників, забезпечити їх кар'єрне зростання, збільшити рівень оплати праці тощо.

Стабільність роботи підприємства залежить від рівня його економічної безпеки. У процесі своєї діяльності підприємство постійно входить до зони впливу загроз зовнішнього та внутрішнього середовища, але за допомогою прийняття необхідних управлінських рішень менеджмент підприємства може мінімізувати чи навіть нейтралізувати вплив наявних загроз. Для цього необхідно мати структурний підрозділ, до компетенції якого буде входити моніторинг стану зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства.

Список використаних джерел та літератури:

1. Дубецька С.П. Економічна безпека підприємств України / С.П. Дубецька // Недержавна система безпеки підприємництва як суб'єкт національної безпеки України: Збірник матеріалів науково-практичної конференції, Київ, 16-17 травня 2013 р. – К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2013. – С. 146-171.
2. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України: стратегія та механізм зміцнення: монографія. – Львів: Вид-во ТзОВ «Ліга Прес», 2014. – 385 с.

3. Іванків О. Діагностика загроз економічній безпеці підприємства й напрями їх нівелювання в умовах євроінтеграційних процесів / О. Іванків // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. - 2016. - № 1. - С. 40-45.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки, д.е.н.,
доцент Зачосова Н. В.

Л. М. Чоповенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСНОВНІ СПОСОБИ ВПЛИВУ КОРИСТУВАЧА НА БРЕНД

В житті кожної людини бренд займає певне місце, для когось бренд стоїть на першому місці при виборі продукції, а для іншого він не важливий.

На початку розквіту епохи Інтернет наявність веб-сайту або програми вважалось достатньо прогресивним фактом. Але з розвитком технологій, веб-сайтів тощо, стало менше можливостей і більш, вимог. Користувачі, набувши певних знань, побачивши і зрозумівши те, що є, почали вимагати чогось іншого, нового. Ця потреба породила новий термін: досвід користувача.

Досвід користувача являє собою те, як індивідуальний користувач відчуває себе, коли він взаємодіє з системами (наприклад, веб-сайти, програми або програмне забезпечення), які розробила певна організація. Користувач розвиває ідею на основі новизни, зручності, візуальної привабливості, корисності, доступності, продуктивності, швидкості, маркетингу тощо. Споживач, набравшись певного досвіду, зрозумів, що він сам може впливати на бренд. Є три основні шляхи впливу досвіду користувача, на бренд:

1. Досвід користувача і сприйняття бренду

Перше, що потрібно вяснити – це взаємини між досвідом користувача і загальним сприйняттям бренду, тому що це центральне значення. Якщо компанія розробляє веб-сайт або програму, то досвід користувача безпосередньо впливає на думки цільового ринку про певний продукт. [1]. Проте довід користувача не стосується лише графіків, макетів, зовнішнього виду та іншого. Все це звісно має значення але те, що знаходиться під поверхнею, має найістотніший і найтриваліший вплив на користувачів, тобто це функціональність.

2. Досвід користувача і сприйняття бренду

Зв'язок між досвідом користувача і сприйняттям бренду може бути найбільш значущим, але не можна ігнорувати той факт, що досвід користувача безпосередньо впливає на сприйняття бренду.

3. Досвід користувача і його рекомендації

Досвід користувача безпосередньо впливає на маркетингові зусилля. Якщо клієнт має позитивну взаємодію з певним брендом і відчуває, що досвід задовольняє, або навіть перевищує очікування, то він, швидше за все, підтримає цей бренд, наприклад, в якійсь розмові чи дискусії.

Визначивши важливість досвіду користувача і як він безпосередньо впливає на бренд трьома конкретними способами, можна визначити деякі провідні інструменти досвіду користувача на ринку і як вони можуть допомогти підвищити бренд в очах клієнтів:

1. Вторгнення

Вторгнення є одним з провідних платформ прототипів, співпраці та робочого процесу на ринку сьогодні. Найбільш корисною функцією є можливість створювати функціональні прототипи та програми.

2. Тестування користувачів

Тестування користувачів – це чудовий інструмент, який дозволяє брендам отримувати аудіо та відео клієнтів, коли вони взаємодіють з певним сайтом або програмою.

3. Оптимізм

Оптимізм є ідеальним рішенням для брендів, які не мають часу або ресурсів для постійного контролю за результатами. Ця інтуїтивно зрозуміла платформа дозволяє брендам покращувати досвід у всіх веб- і мобільних додатках і є повністю безпечною та масштабованою.

Досвід користувачів щодо певного бренду впливає на компанію більш ніж одним способом. Незважаючи на те, що досвід користувачів можна легко забути або проігнорувати, потрібно визнати відчутний зв'язок між цим поняттям і задоволенням клієнтів. Нездатність зробити це може негативно вплинути на імідж компанії.

Так само, як бренд має великий вплив на людей, так і люди можуть впливати на бренд, якщо їм не сподобається певний бренд, то на нього не буде попиту і як наслідок – він занепаде.

Список використаних джерел та літератури:

1. Алтон Л. Вплив користувача на бренд [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.inc.com/larry-alton/3-ways-user-experience-impacts-your-brand.html>.

Науковий керівник: старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Чередниченко В.В.

А.В. Шаповал

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СИЛА БРЕНДУ, ЯК ІНСТРУМЕНТ В УПРАВЛІННІ

Як сказав одного разу відомий британський державний діяч Томас Маколей: «Робити гроші без реклами може тільки монетний двір». Причин не погодитись з ним – нуль цілих, нуль десятих. Без реклами навряд чи б в когось вийшло, не кажучи вже про те, що навіть з рекламою, виходить це тільки в одного з сотні.

Не потрібно заглиблюватись в маркетингові науки, щоб зрозуміти, що на умовній полиці з умовно-безкоштовними смартфонами, вибір, умовного провінційного сантехніка Джона, зі штату Кентукі, який ледве закінчив середню школу, з вірогідністю 97.5%, склав би на користь останнього iPhone. Там були й інші смартфони, можливо навіть й кращі, але Джон знає. Навіть оточений десятком провідних маркетологів інших компаній, смартфони яких представлені на нашій умовній полиці, Джон не збирається вірити їм і слухати їх казки. Це все не тому, що він не розуміє їх слів, не тому, що йому не подобається дизайн чи камера, навіть не тому, що хтось з них просто неприємно пахне. Джон вірить в бренд. В момент прийняття рішення він не міг сумніватися – його, цілком практичний, провінційний мозок зпівставляв лише два поняття: «Apple» та «безкоштовно». Невідома сила спонукала Джона зробити цей вибір. Ця сила зветься «Бренд».

Найцікавіше, що є в світі, на даний момент – це людина. Її поведінка глибоко ірраціональна. Бренди керують цією поведінкою не виключаючи та ігноруючи цей фактор, а навпаки – працюючи з ним.

Для початку потрібно зрозуміти, на якому етапі закінчується звичайна торгівельна марка і де починається бренд. Компанії можуть продавати свої продукти і без наявності бренду, при цьому роблячи це по-різному: хтось більш успішно, хтось – менш вдало. Всьому цьому є лише одне, банальне, пояснення. Мільйонам людей потрібні мільйони товарів. Якщо компанія пропонує свій товар, то так чи інакше, його будуть купувати.

Все залежить від, безпосередньо, стратегії та вектору розвитку компанії. Нещодавне дослідження ринку США показало, що компанії, які орієнтовані на бренд, в середньому, отримують на 100% більше прибутку, аніж ті, які відносяться до розвитку свого бренду скептично.

Можна любити продукт, але складно закохатися в торгову марку. Їх неймовірно багато, та всі вони майже завжди копіюють одна одну. Продукт може існувати на ринку більше десяти

років, його можуть добре купувати, бо він пропонує «традиційну якість». Ситуація може різко змінитись, якщо з'явиться хтось інший та зробить хоча б на 3% краще – більшість відразу ж віднесе свої гроші йому. Абсолютно нормально, що деякі люди не відчують нічого до слів «традиційний» та «якісний». Проблема може полягати в тому, що таких людей – мільйони, та вони не дають клятву вірності торгівельним маркам.

Складно любити виробника. Він сидить десь на своєму супер-інноваційному заводі, де його продукт виготовляють роботи зі штучним інтелектом, які навряд чи мають щось спільне зі звичайним покупцем. Відчувати щось до умовної полиці зі смартфонами також не менш складно. Люди люблять бренди та суть, яку вкладають в продукт. Різниця між товаром та продуктом в тому, що перший лише задовольняє потребу, а другий – дарує емоцію та наділяє покупця магичною ауру. Повертаючись до піддослідного Джона, можна сміливо сказати, що кожен раз, коли він витягуватиме з кишені свій умовний iPhone, він буде відчувати себе на вершині успіху. Незважаючи навіть на те, що завтра йому потрібно буде трястись дві години автобусом на черговий виклик, та ще три години шукати дірку в каналізаційній трубі. Це зовсім не має значення, бо його піраміда Маслоу вже майже збудована. Залишилось тільки взяти авто в кредит. Тепер умовний Джон щасливий.

Сильний бренд завжди робить людину щасливою, при цьому примушуючи її заплатити більше. Це звучить, як абсолютний абсурд, але якби бренди апелювали лише до здорового глузду, то їх би просто не було. Маркетинг існує лише завдяки нелогічності та ірраціональності.

Для того, щоб створити успішний бренд потрібно вміти працювати в двох реальностях. Перша реальність – це прагматизм та раціоналізм, тут бізнес звик працювати. Набагато складнішою є друга реальність – світ емоцій, нелогічності, ірраціональності та історій. Вся ідея не в тому, щоб проміняти здоровий глузд на емоції, а в тому, щоб навчитися однаково добре працювати в обох з них.

Бренд – це набір емоцій та історій. Компанія може створити класний продукт, та при цьому залишитися абсолютно невидимою в полі зору аудиторії. А може – доповнити цей продукт відмінним брендингом, та назавжди зв'язати своє ім'я з незабутньою емоцією свого умовного Джона.

«Ваш мозок досі перевіряє факти, проте серце вже зробило свій вибір». Ця фраза з рекламного буклету BMW найкраще пояснює силу бренду.

Список використаних джерел та літератури:

1. Neumeier M. ZAG: The #1 Strategy of High-Performance Brands / Marty Neumeier. – Pearson Education Inc. – New Riders. 2007 – 192p.
2. Douglas B. Holt How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding / Holt Douglas. - Harvard Business Review Press – 2004 – 228p.
3. Jorg D. Create, Connect, Convince / Dietzel Jorg - Marshall Cavendish Trade – 2010 – 208p.
4. Tom Kelley Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All / Kelley Tom – Currency – 2013 – 304p.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

Е.С. Шевцова

Гомельський державний університет імені Франциска Скорини

ЭКОНОМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ПЕРЕМЕННЫХ И ПОСТОЯННЫХ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «КОМИНТЕРН»)

В современной экономической ситуации отечественным производителям для сохранения конкурентоспособности следует ориентироваться на выпуск высококачественной продукции при максимальном снижении затрат на производство.

В ОАО «Коминтерн» готовая продукция учитывается по фактическим затратам, связанным с ее изготовлением, представляющим фактическую производственную себестоимость. Отличительной особенностью в области калькулирования себестоимости продукции в ОАО «Коминтерн», отраженной в учетной политике организации, является полное отнесение счета 25 «Общепроизводственные затраты» на счет 20 «Основное производство» без разграничения на затраты постоянного и переменного характера. Однако разграничение затрат на постоянную и переменную часть открывает широкие возможности для менеджмента организации, является базой для принятия эффективных решений в области управления себестоимостью.

Для выявления путей рационализации учета постоянных и переменных затрат 25 счета возможно использование эконометрических методов [1].

При этом исследуются следующие подходы:

1 Определение фиксированной суммы условно-постоянных и условно-переменных затрат на единицу продукции путем вычисления соответствующих им параметров парной линейной регрессионной зависимости общепроизводственных затрат от выпуска продукции в натуральном выражении. Результаты расчетов с использованием специализированных программ представляются выражением (1).

$$y = a + bx = 257038,00746 + 0,03256x \quad (1)$$

где y – сумма общепроизводственных затрат;

x – выпуск продукции в натуральном выражении;

a – сумма постоянных затрат;

b – сумма переменных затрат на единицу продукции.

Оно показывает, что в среднем состав общепроизводственных затрат определяется в 257038,01 руб. постоянных затрат, а переменная часть равна в среднем 0,03256 руб. на единицу изделия.

Построенная таким образом модель свидетельствует о чрезвычайно низком содержании переменной части в составе общепроизводственных затрат и о доминирующем положении затрат постоянного характера. Данный факт говорит об отсутствии в той или иной мере значимой связи между величиной общепроизводственных затрат и выпуском продукции, так как выпуск продукции влияния на изменение постоянных затрат не оказывает.

2 Выявление статей затрат 25 счета, суммы по которым будут полностью относиться к категории условно-переменных и условно-постоянных.

Для проведения расчетов используются данные о выпуске продукции в ОАО «Коминтерн» за 2017 год по месяцам и данные о суммах общепроизводственных затрат из ведомости № 12 за 2017 г. по месяцам соответственно.

Для выявления нужных статей необходимо прибегнуть к способу определения коэффициентов корреляции r и детерминации R^2 в оценке тесноты связи и зависимости объемов выпуска продукции и всех статей затрат 25 счета в отдельности.

Результаты расчетов и их интерпретация приведены в таблице 1.

Таблица 1

Значения коэффициентов корреляции и детерминации в оценке тесноты связи и зависимости между объемами выпуска продукции и статьями общепроизводственных затрат в ОАО «Коминтерн»

Показатели	Оценка связи и зависимости			
	Коэффициент r		Коэффициент R^2	
	Значение	Хар-р связи	Значение	Хар-ся изм. ВП на, %
1	2	3	4	5
Выпуск продукции (ВП)	1,000000	Функциональная	1,000000	100,000000
Износ обор.и трансп. ср-в	-0,123339	-	0,015212	-
Эксп. обор. (кроме рем.)	-0,473283	-	0,223997	-
Ремонт обор.и трансп. ср-в	0,171457	Практически нет	0,029398	2,939760

Внутризав. перемещ. грузов	-0,562132	-	0,315992	-
Канцтовары	0,195960	Практически нет	0,038400	3,840017
Содерж. аппар. упр. цеха	-0,504910	-	0,254934	-
Содержание пр. цех.перс.	-0,585984	-	0,343377	-
Износ инстр. и приспособ.	0,233595	Слабая связь	0,054567	5,456673
Содерж. зданий, соор., инв.	0,170339	Практически нет	0,029015	2,901532
Рем.зданий, соор., инвент.	-0,349391	-	0,122074	-
Охрана труда	0,443275	Слабая связь	0,196493	19,649293
Износ инвентаря	0,236972	Слабая связь	0,056156	5,615572
Прочие расходы	0,200787	Слабая связь	0,040316	4,031559
Мат. на произв. цели	0,598568	Средняя связь	0,358284	35,828380
Программное обеспечение	0,432211	Слабая связь	0,186806	18,680606
Текущее прем.цехов. персо.	0,308808	Слабая связь	0,095363	9,536268
Командировочные расходы	-0,669964	-	0,448852	-
Медосмотр работников	0,128538	Практически нет	0,016522	1,652195
Вакцинация работников	0,000000	-	0,000000	-
Итого	-0,160607	-	0,025795	-
Электроэнергия	0,508421	Средняя связь	0,258492	25,849152
Теплоэнергия	0,301323	Слабая связь	0,090795	9,079526
Вода	0,436081	Слабая связь	0,190167	19,016705
Итого	0,352856	Слабая связь	0,124507	12,450711
Итого по счету 25.0	0,010379	Практически нет	0,000108	0,010773

Как и предполагалось, коэффициент корреляции принимает относительно небольшие значения в каждой статье затрат. Его максимальные показатели, характеризующие среднюю степень связи, определились в затратах материалов на производственные цели и электроэнергию. Изменение данных статей на 35,83% и 25,85% соответственно обусловлено изменением объемов выпуска продукции. Данные обстоятельства являются предпосылками для отнесения статей 25 счета «Материалы на производственные цели» и «Электроэнергия» к условно-переменным.

Таким образом, становится возможным применение полученных результатов расчетов для рационализации формирования производственной себестоимости продукции в ОАО «Коминтерн». Данную операцию можно провести по двум направлениям: выделение фиксированных сумм условно-постоянных и условно-переменных затрат и выделение отдельных статей условно-постоянных и условно-переменных затрат.

Использование первого способа дает конечный показатель производственной себестоимости, равный 13520936,50 руб., что на 18,58% меньше исходной себестоимости. Себестоимость, полученная вторым расчетным способом, равна 13595087,57 руб. Данное значение меньше исходной себестоимости на 18,13%, и больше себестоимости, рассчитанной первым способом, на 74151,07 руб. Несмотря на кажущуюся очевидность преимущества способа, предполагающего использование фиксированной суммы условно-постоянных затрат, при его применении в некоторых случаях можно наблюдать формирование отрицательных значений переменных затрат.

Применение первого способа целесообразно в случае использования значений в разрезе определенного количества лет, второго же – при рассмотрении данных в разрезе непродолжительных периодов (месяц, квартал, полугодие).

Список использованной литературы:

1. Орлова, И.В., Половников В.А. Экономико-математические методы и модели: компьютерное моделирование: учеб. пособие.- М.: ИНФРА-М.- 2013.- 389 с.

Научный руководитель: доцент кафедры экономической информатики, учета и коммерции, к.э.н., доцент Пугачева О.В.

МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ КРИЗОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Криза в загальному розумінні сутності цього поняття розуміється як загострення суперечностей у соціально-економічній системі, які загрожують її життєстійкості з огляду на тенденції у навколишньому середовищі. Антикризове управління діяльністю підприємства, в свою чергу, передбачає запобігання розвитку кризових явищ, реальну оцінку стану суб'єкта господарювання та оцінку перспектив його подальшого розвитку у системі безпеки орієнтованого управління.

Актуальність досліджуваної тематики можна довести складним становищем українських підприємств, що підтверджується даними останніх статистичних спостережень. Зазначимо, що першочерговим завданням керівництва підприємств у межах антикризового менеджменту є саме вчасна діагностика кризових явищ та адекватні висновки щодо інструментарію, необхідного для вжиття запобіжних заходів у перспективі.

Оцінити схильність підприємства до настання кризового стану можна шляхом застосування методи діагностики ризику банкрутства суб'єкта господарювання. У вітчизняній практиці існує велика кількість методик діагностики ймовірності банкрутства, які відрізняються об'єктами спостереження, етапами проведення аналізу, складністю розрахунків, масштабами дослідження та переліком показників [1, с.119].

Для виявлення факту настання кризового стану підприємства та ідентифікації загроз банкрутства підприємства використовують фінансові коефіцієнти, які, у свою чергу, допомагають розрахувати їх величину, провести горизонтальний, порівняльний та еталонний аналіз, підготувати аналітичний висновок для прийняття подальших управлінських рішень.

Виділяють два основних види діагностики – експрес-діагностику й еталонну діагностику. Експрес-діагностика складається з оціночних показників, які розраховуються на основі даних затверджених форм різних видів звітності підприємства [2].

Експрес-діагностика фінансового стану підприємства побудована на принципах мінімізації кількості показників і дотримання простоти розрахунку, повноти охоплення та якості інформації. Важливість зазначеного методу діагностики полягає в тому, що вона з допомогою використання доступного інформаційного забезпечення допомагає оперативно отримати висновки щодо фінансово-економічного стану підприємства.

Еталонна діагностика проводиться шляхом порівняння фактичних значень оціночних показників із еталонними значеннями обраних індикаторів. Еталонна діагностика є більш популярною і тому частіше застосовується підприємствами.

Еталонна діагностика не є ідеальною і має свої вади. Для уникнення недоліків доцільно застосовувати сучасні економетричні методи, найефективнішою із яких є дискримінантний аналіз [3, с.176].

Для більш ґрунтовного висновку про глибину фінансової кризи та ймовірність банкрутства підприємства використовується комплексний аналіз фінансово-економічного стану. Основними цілями його застосування на практиці є:

- поглиблення результатів оцінки кризових параметрів фінансового розвитку підприємства, отриманих у процесі експрес-діагностики;
- підтвердження попередньої оцінки масштабів кризового фінансового стану підприємства під час проведення експрес-діагностики;
- прогнозування розвитку окремих факторів, які визначають загрозу фінансової кризи підприємства та їх негативних наслідків;
- оцінка та прогнозування здатності підприємства до нейтралізації результатів фінансової кризи [4, с. 257].

Поглиблений аналіз фінансово-економічного стану підприємства зовнішніми стейкхолдерами може здійснюватися залежно від цілей аналізу на основі юридично узаконених методик. Фактично будь-яка методика оцінки інвестиційної привабливості підприємства або кредитоспроможності позичальника може розглядатися як методика, придатна для діагностики ймовірності настання кризового стану. Якщо розрахунки свідчать про високий рівень ризику неплатоспроможності та незадовільний фінансовий стан, ця обставина є свідченням того, що підприємству загрожує фінансова криза та банкрутство у перспективі [5, с.85].

Отже, можна зробити висновок, що криза на рівні підприємства – це форма порушення параметрів його життєздатності, що виявляється впродовж певного періоду та обумовлюється накопиченням економічних і фінансових протиріч у межах господарської системи. Керівництву підприємства легше буде зорієнтуватись при формуванні плану антикризових заходів, якщо перед цим буде проведена ґрунтовна діагностика поточного фінансового стану суб'єкта підприємницької діяльності.

Список використаних джерел та літератури:

1. Андрущак Є. М. Діагностика банкрутства українських підприємств / Є.М. Андрущак // Фінанси України. – 2014. – № 9. – С. 118 – 122.
2. Скібіцький О. М. Антикризовий менеджмент : навчальний посібник /О. М Скібіцький – К. : Центр учбової літератури, 2013. - 568 с.
3. Минчинська І. Діагностика кризового стану підприємств в організаційно-правовому механізмі банкрутства / І. Минчинська // Економічний аналіз. - 2012. - Т. 11(1). - С. 175-182.
4. Гриценко, Л. Л. Дискримінантна модель діагностики банкрутства малих підприємств / Л. Л. Гриценко, І. М. Боярко, А. А. Губар // Актуальні проблеми економіки. - 2014. - №5(95). - С. 256 – 262.
5. Терещенко, О. О. Антикризове фінансове управління на підприємстві: монографія / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2014. – 268 с.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Зачосова Н. В.

А. Р. Шевченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СУТНІСТЬ САМОМЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних ринкових умовах конкурентоспроможність підприємства вважається важливою умовою його функціонування. Висока конкурентоспроможність підприємства є не тільки конкурентною перевагою для підприємства серед інших, а й забезпечує стабільність на ринку і значно підвищується ефективність діяльності на довготривалій час. Одним із дієвих способів поліпшення зазначеної конкурентної переваги є удосконалення певних аспектів управління персоналом. Керівники підприємства можуть підвищити ефективність праці шляхом розвитку здібностей працівників на основі самоменеджменту. Проблема самоменеджменту працівників є відносно новою і актуальною. Її дослідженню присвятили свої праці В.І.Андрєєв, Н.П. Лукашевич, Л.Албасова та ін. вітчизняні вчені.

Успішність підприємства в значній мірі залежить від максимально раціонального використання потенціалу, здібностей, умінь, навичок персоналу. Для активізації цього процесу керівникам треба опанувати самоменеджмент.

Самоменеджмент – актуальний і перспективний напрям у системі менеджменту. Цей напрям виник через потреби суспільства і покликаний підвищити ефективність діяльності людини на основі досягнення його особистих і професійних цілей [1, с.117].

Самоменеджмент як складова менеджменту має на меті максимальне використання можливостей особистості, раціонально та усвідомлено управляти своїм життям та долати

перешкоди не тільки в особистому житті, а й на роботі. Для кожної людини, а особливо керівників середньої та вищої ланки управління, важливо вміти абстрагуватись до ситуації та перелаштувати ситуацію на свою користь. Тобто, невідповідність дій має перетворитись на цілеспрямовані та обдумані кроки.

Одним із завдань самоменеджменту є також самоорганізація, вміння управляти собою та емоціями, брати на себе відповідальність керування за процесом управління у різних напрямках – на підприємстві, у процесі комунікації, в часі та просторі.

Навчитися самоменеджменту не так просто, як може здатись на перший погляд. Для цього треба бути готовим до самодисципліни та самовдосконалення [2, с.180].

Підґрунтям самоменеджменту виступає людська продуктивність та ефективність на основі якої відбувається управління часом, простором, фінансами тощо. Людська продуктивність та ефективність вимагають наявності у людини певного рівня розвитку з допомогою саморозвитку.

Саморозвиток – процес, що має за мету навчити людину захищатись, управляти ситуаціями, формувати позитивні стосунки з навколишнім світом і просто радіти життю.

Саморозвиток ефективний у випадку, коли відбувається через подолання перешкод і розвиток особових якостей – волі, наполегливості, стресостійкості тощо, що впливають на досягнення цілей і якісне виконання завдань. Процес саморозвитку поєднує в собі декілька складових: особовий розвиток; інтелектуальний розвиток; професійний розвиток; підтримка фізичного стану.

Як вже було зазначено, саморозвиток це довгий та нелегкий процес, що вимагає певних зусиль та самодисципліни. Головними якостями для саморозвитку є:

- розвинена внутрішня мотивація на виконання професійних завдань і досягнення поставлених цілей;

- схильність до саморозвитку;

- розуміння змісту і основ саморозвитку.

Ефективність саморозвитку персоналу залежить не тільки від внутрішніх чинників, а й зовнішніх. Серед цих чинників можемо виділити наступні:

- організаційні і соціально-психологічні умови професійної діяльності;

- доступність до сучасних інформаційних систем, а також підготовленість особи до роботи з ними;

- методичне забезпечення умов професійного розвитку [3, с.66].

Отже, самоменеджмент є інструментом для правильного управління людським потенціалом та розвитку персоналу підприємства, що допомагає у досягненні цілей та вирішенні поточних завдань з максимальною ефективністю.

Список використаних джерел та літератури:

1. Лукашевич М.П. Теорія і практика самоменеджменту : навч. посібник / М.П. Лукашевич. – К. : МАУП, 2013. – 225 с.

2. Мазур В.С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління / В. С. Мазур // Пріоритети економічного розвитку України: історія та сьогодення. – Вінниця, 2014. – С. 178-183.

3. Бабчинська, О. І. Самоменеджмент як складова професійного розвитку персоналу / О. І. Бабчинська, А. К. Мідляр // Ефективна економіка. – 2016. – № 9.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки,
к.е.н. Кравченко О. О.

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Нестабільні умови ринку та криза вимагають від суб'єктів господарської діяльності підвищення ефективності здійснення підприємницької діяльності та ставить їх в умови, де вони мусять приділяти достатньо уваги вирішенню питань, пов'язаних із забезпеченням власної економічної безпеки. Реалізувати ці вимоги у конкурентному середовищі можна, використовуючи окремо різні інструменти менеджменту. Конкурентний бенчмаркінг є тим універсальним інструментом, який сприяє сталому розвитку підприємства та забезпечує його економічну безпеку.

Питання бенчмаркінгу, так само як і економічної безпеки, посідають значне місце в економічних дослідженнях вітчизняних і іноземних вчених-економістів. Даній проблемі присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких: С. Богданова, Ж.Горностаєва, Ч.Джон, А.Дутка, Т.Забазнова, Р.Ісаєв, О.Кириченко, О. Коваленко, В.Колесніков та інші.

Сучасні підприємства, що займаються підприємницькою діяльністю, потребують даних про своє внутрішнє та зовнішнє середовище, про те, що відбувається всередині організації, та за її рамками, про тенденції та зміни на ринку, про події, які опосередковано можуть вплинути на її діяльність, про технології конкурентної боротьби, про плани та наміри підприємств-конкурентів.

Бенчмаркінг – метод аналізу ефективності діяльності підприємства у порівнянні з показниками більш успішних підприємств. Він допомагає зрозуміти яким чином працюють підприємства, що займають лідируючі позиції, та перейняти їх досвід з метою досягнення встановленого підприємствами-лідерами рівня або, навіть, перевершити еталонні показники [1, с.239].

На сьогоднішній день бенчмаркінг використовують практично у всіх сферах діяльності підприємства. Зокрема, виявлення та залучення передових та перевірених на ефективність прийомів дозволяє зробити простішим розв'язання проблем з маркетингом, логістикою, управлінням якістю, персоналом, витратами тощо, тобто більш ефективно використовувати наявні ресурси.

Враховуючи, що економічну безпеку прийнято вважати станом, при якому підприємство найбільш ефективно використовує ресурси підприємства, що дає змогу запобігати існуючим та можливим загрозам, а також забезпечувати сталий економічний розвиток, вважаємо, що цілком логічним є застосування бенчмаркінгу з метою забезпечення економічної безпеки підприємств.

Забезпечення економічної безпеки потребує від підприємств здатності витримувати жорсткі конкурентні умови. Для цього важливим аспектом є можливість створення необхідних конкурентних переваг при вирішенні різноманітних існуючих проблем підприємства. Відповідно такою можливістю виступає бенчмаркінг.

Розрізняються наступні головні типи бенчмаркінгу: внутрішній, функціональний, загальний, конкурентний та консультативний бенчмаркінг. Внутрішній бенчмаркінг передбачає порівняння аналогічних елементів роботи підрозділів всередині підприємства.

Функціональний бенчмаркінг базується на порівнянні різноманітних функцій підприємства з підприємствами суміжної або тієї ж сфери діяльності.

Конкурентний тип передбачає аналіз діяльності найсильніших конкурентів. Консультативний - залучення для провадження бенчмаркінгу консультативних служб [2, с.13].

Проведення бенчмаркінгу проходить в декілька етапів.

В першу чергу підприємство виявляє сильні сторони своєї діяльності, що і визначає як об'єкт порівняння.

Наступним етапом обирається об'єкт-еталон. Ним може виступати як окремий підрозділ цього ж підприємства, аналогічний підрозділ холдингу, так і конкурент, чи лідер галузі.

Далі починається збір необхідної інформації. Конкурентний тип бенчмаркінгу, зважаючи на жорсткий захист комерційної таємниці підприємствами, характеризується складнощами у отриманні необхідних даних. Великою рідкістю буде факт обміну позитивним досвідом між конкурентами, навіть між такими, що поєднані у професійні об'єднання чи асоціації.

Останнім етапом проведення бенчмаркінгу є глибинний аналіз та розроблення заходів щодо покращення порівнюваних показників, прогнозування очікуваного ефекту від запропонованих заходів, їх зіставлення із необхідними затратами.

Після реалізації запланованих заходів, проводять повторний контроль порівнюваних показників і оцінюють фактичну ефективність та вплив на найголовніші аспекти діяльності підприємства, у тому числі і на забезпечення економічної безпеки [3].

Бенчмаркінг тісно пов'язаний з економічною безпекою підприємства через постійне відслідковування та прогнозування змін на ринку з метою попередження негативних наслідків, безперервний моніторинг дій конкурентів і постачальників та прогнозування їх майбутніх дій постачальників та конкурентів, виявлення нових та потенційних конкурентів.

Таким чином, бенчмаркінг дозволяє створити передумови забезпечення економічної безпеки підприємств. Це можливо за рахунок постійного моніторингу стану внутрішніх підрозділів, орієнтації на підприємства - лідери, контролю за діями конкурентів. Економічна безпека орієнтована на ефективне використання наявних ресурсів підприємства, його захист від можливих негативних наслідків внутрішніх та зовнішніх загроз та забезпечення сталого економічного розвитку, тоді як бенчмаркінг може стати ефективним інструментом для цього.

Список використаних джерел та літератури:

1. Мойсеєнко І. Бенчмаркінг як метод фінансового контролінгу діяльності підприємства / І.Мойсеєнко // Економіка АПК.– 2014.– №9. – С. 237–242.
2. Гончарук А.Г. Бенчмаркінг як метод управління ефективністю підприємства / А.Г. Гончарук // Економіка: реалії часу. – Одеса : Одеський національний політехнічний університет. – 2013. – № 1(27). – С. 12–15.
3. Довгань Л.Є. Стратегічне управління: Навчальний посібник / Л.Є. Довгань, Ю.В. Каракай, Л.П. Артеменко. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.

Науковий керівник: доцент кафедри менеджменту та економічної безпеки, к.е.н.
Кравченко О. О.

В. В. Шевченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОНТРОЛЬ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМТВА

В сучасному світі підприємства зіштовхуються з великою кількістю загроз в різних формах їх прояву. В економічній практиці вже існують певні методи та механізми вирішення такого роду проблем. Але завданням науки безпекознавства є запобігання негативним внутрішнім і зовнішнім впливам на діяльність підприємства. Тож виникає необхідність у розробці організаційно-економічних механізмів забезпечення економічної безпеки підприємств, які засновані на загальних принципах і критеріях оцінки економічного стану господарюючих суб'єктів. Ці принципи і критерії дозволять виявляти й усувати можливі загрози та виробляти стратегічні рішення, що забезпечать фінансово-економічну стійкість підприємств у перспективі.

Поняття «економічної безпеки» як наукового терміну з'явилося не так давно та не має загально визнаного тлумачення. Трофімова Л.М. стверджує, що економічна безпека – це системна категорія ефективності діяльності підприємства, що характеризує такий стан економічної безпеки, при якому забезпечується стабільна ефективність діяльності організації (стратегічний аспект) і підвищення ефективності діяльності організації в разі зниження рівня безпеки (тактичний аспект) на основі захищеності від негативних впливів з боку зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища з урахуванням циклічності розвитку та контролю за дотриманням оптимальності його інтересів [1]. Згідно робіт Белакура В.В., економічна безпека функціонування підприємства залежить від здатності своєчасно і в достатньому обсязі задовольняти економічні потреби і інтереси, причому приватні інтереси можуть бути виправдані лише тоді, коли вони одночасно служать також інтересам держави [2]. Б.Г. Клейнер вважає, що економічна безпека – стан підприємства, при якому життєво важливі компоненти структури і його діяльності характеризуються високим ступенем захищеності від небажаних змін [3]. Отже, економічна безпека підприємства – це організаційна система ефективного використання усіх корпоративних ресурсів з метою запобігання загрозам і створення умов стабільного функціонування підрозділів підприємства.

Економічна безпека підприємства забезпечується за допомогою дворівневої системи захисту інформації. Перший рівень – збереження секретів за допомогою служби безпеки організації, а другий передбачає формування надійної психологічної атмосфери «пильності і відповідальності» персоналу організації за допомогою координаторів. Це люди, які призначаються з осіб середньої керівної ланки і мають серед співробітників авторитет.

Одними з найважливіших факторів, що безпосередньо впливають на економічну безпеку підприємства, вважається рівень оподаткування, рівень досконалості законодавчої бази, доступ на світові ринки збуту, інвестиційна привабливість регіону, держави. Саме від економічної безпеки держави та регіонів залежить економічна безпека підприємства, тому що вона ґрунтується на її фінансовому, виробничому та сировинному потенціалі, перспективах майбутнього розвитку. Саме наявність цієї багаторівневої концепції економічної безпеки господарюючих суб'єктів усіх рівнів дає можливість забезпечити передбачуваність зовнішніх загроз діяльності підприємств.

Вивчення практики функціонування підприємств в ринковій економіці відображає таку закономірність: як тільки підприємство зі стадії росту переходить в стадію стійкого розвитку, з'являється ймовірність виникнення загрози його переходу в стадію спаду і кризи. Ця ймовірність тісно пов'язана з рівнем економічної безпеки (рівень високий – така ймовірність практично відсутня, низький – така ймовірність висока). Водночас, в економічній літературі відсутні підходи до визначення рівня економічної безпеки підприємства. У зв'язку з цим виникає необхідність розробки концептуальних положень щодо оцінки рівня стратегічної економічної безпеки підприємства, яка виступить основою забезпечення економічної безпеки в системі життєвого циклу підприємства.

Концепція є певною визначеною системою пов'язаних між собою і впливаючих один з одного способів визначення явища, предмета або процесу, які базуються на певних принципах. Виходячи з цього, концепція оцінки – це єдиний підхід до визначення стану предмета, явища або процесу, на основі змістовно цілісного, аргументованого, послідовного і завершеного викладу методики оцінки і алгоритму дій на основі отриманих результатів. Концептуальні положення оцінки рівня економічної безпеки підприємства повинні включати в себе цільову, інформаційну і інструментальну складові, взаємопов'язані між собою і взаємозалежні.

Цільова складова передбачає відображення мети, завдань і принципів визначення рівня економічної безпеки підприємства, інформаційна – виявлення оцінюючих характеристик ключових визначальних чинників, а інструментальна – розробку методології оцінки рівня стратегічної економічної безпеки підприємства та інструментарію забезпечення його зростання.

Мета визначення рівня економічної безпеки підприємства – забезпечення безперервного розвитку підприємства в довгостроковому періоді, всупереч циклічним законам його функціонування. Завданнями визначення рівня економічної безпеки підприємства є виявлення загроз економічній безпеці та сталому розвитку підприємства.

Отже, розробка концепції забезпечення економічної безпеки підприємства повинна бути пов'язана з досягненням конкретної мети, безперервним розвитком підприємства в довгостроковому періоді (всупереч циклічним законам його функціонування). Завданнями оцінки рівня економічної безпеки підприємства повинні стати системи виявлення таких умов його функціонування, які сприятимуть максимізації прибутку, і в той же час забезпечать як його зростання, так і виплату дивідендів власникам.

Що стосується внутрішнього контролю у системі оцінювання рівня економічної безпеки, то тут важко вести мову і про єдину систему його реалізації, і про єдину модель його регулювання, оскільки його побудова нині визначається керівництвом економічного суб'єкта. Головне правило побудови системи такого контролю полягає в балансуванні ризику і прибутковості підприємства.

Завдання знаходження компромісу між ризиком і прибутковістю полягає у тому, що отримання будь-якого доходу в бізнесі найчастіше пов'язано з ризиком, причому зв'язок між цими двома взаємозалежними характеристиками прямо пропорційний: чим вище необхідна або очікувана прибутковість, тобто віддача на вкладений капітал, тим вище і рівень ризику, пов'язаного з можливим неотриманням цієї прибутковості.

Під механізмом управління системою економічної безпеки ми повинні розуміти процес застосування сукупності методів і процедур, що дозволяють оптимізувати стан елементів системи захисту суб'єкта господарювання задля досягнення максимального рівня його економічної безпеки. Максимальний рівень економічної безпеки повинен характеризуватись оптимальним станом захищеності власних та залучених ресурсів суб'єкта господарювання від різного роду небезпек і гарантувати їх ефективне використання з метою одержання прибутку. Тому механізм управління системою економічної безпеки пропонується визначити як процес комплексного використання процедур менеджменту корпоративних ресурсів, як власних, так і залучених, з метою досягнення високих фінансових результатів та/або мети господарської діяльності при оптимальному стані їх захищеності від зовнішніх і внутрішніх небезпек і загроз [4].

Для прийняття рішень щодо напрямів використання управлінського впливу з метою покращення стану економічної безпеки підприємства спочатку необхідно визначити поточний її рівень. Саме він стане інформаційною основою для розробки перспективних дій щодо забезпечення економічної безпеки суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел та літератури:

1. Трофимова Л.Н. Экономическая безопасность эффективности деятельности организаций торговли: ситуационно-характеристические параметры / Л.Н. Трофимова // Предпринимательство – 2012 – № 11 (209). – С. 55-60.
2. Белокур В. В. Угрозы экономической безопасности предприятия / В. В. Белокур. – М., – 2010. – С. 132.
3. Клейнер Г.Б. Предприятие в нестабильной экономической среде / Г.Б. Клейнер, В.Л. Тамбовцев, Р.М. Качалов – М.: ОАО «Издательство «Экономика», 1997. – 288 с.
4. Зачосова Н.В. Формування системи економічної безпеки фінансових установ: монографія / Н.В. Зачосова. – Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А. – Черкаси, 2016. – 375 с.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Зачосова Н. В.

ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Проблема забезпечення фінансової безпеки в Україні уже багато років поспіль не втрачає своєї актуальності. На сучасному етапі розвитку економіки України спостерігається нестабільне економічне, соціальне та політичне середовище, тому одним із найголовніших чинників самостійності України в сучасних умовах господарювання є стан її фінансової безпеки та фінансовий суверенітет.

Фінансова безпека України є важливою складовою її економічної безпеки. Під економічною безпекою держави розуміють стан національної економіки, що спроможний утримувати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз, гарантувати високу конкурентоспроможність в світовому економічному середовищі та який характеризує спроможність національної економіки до безперервного і збалансованого зростання. Фінансовою ж безпекою вважається стан фінансової системи держави, при якому утворюються потрібні фінансові умови для забезпечення сталого соціального та економічного розвитку держави в цілому, також забезпечується її стійкість до дисбалансів в аспекті фінансів, формуються заходи для забезпечення цілісності й єдності фінансової системи держави. Тому фінансова безпека держави – необхідна умова для досягнення економічної і фінансової незалежності країни [1].

Весь комплекс загроз, що мають вплив на фінансову безпеку країни, розділяють на внутрішні та зовнішні. Внутрішні загрози включають в себе загрози на мезо- та мікроекономічному рівнях, а зовнішні в свою чергу – на макрорівні.

Загалом внутрішні загрози – це ризики, що перебувають в полі зору держави, на які вона має суттєвий вплив. Зовнішні ж – загрози, на які держава не має значного впливу, а отже, необхідно враховувати вплив цих загроз під час реалізації економічної і фінансової політики.

Найбільшими ризиками фінансовій безпеці нашої держави на сьогодні є:

- надмірне збільшення зовнішнього боргу країни;
- збільшення рівня бюджетного дефіциту;
- неефективна бюджетна політика;
- дисбаланси у нормативно-правових актах;
- дефіцит інвестиційної активності;
- нестабільність курсу національної валюти України;
- війна на сході країни;
- спад купівельної спроможності населення держави.

Одна з авторок, що досліджує проблематику забезпечення фінансової безпеки, Луцик-Дубова Т.О., наводить ґрунтовну класифікацію рішень для посилення фінансової безпеки країни, в площинах перегляду бюджетної системи, вдосконалення валютної політики, вдосконалення монетарної політики, а також врегулювання стану фондового ринку [2]

Власний науковий погляд відносно шляхів зміцнення фінансової безпеки України формулює Вашай Ю.В., що пропонує заходи для припинення тіньових схем і звуження меж тіньової економіки, покращення валютної, грошово-кредитної політики, посилення безпеки страхового і фондового ринків [3].

Найбільш пріоритетними напрямками покращення та посилення рівня фінансової безпеки України мають стати:

- комплексний підхід до реформування бюджетного процесу;
- скорочення зовнішнього боргу, а також погашення довгострокових позик;
- впровадження поетапної стратегії зменшення дефіциту бюджету за рахунок збільшення самостійного дохідного потенціалу;
- зупинка вивозу власного капіталу за межі країни;
- вдосконалення структури золотовалютних резервів країни;

- формування умов для функціонування та розвитку ринку цінних паперів.

Втілення цих заходів потребує збалансування та комплексної взаємодії усіх гілок влади, що, в свою чергу, забезпечить підвищення рівня фінансової безпеки і дасть змогу розпочати тенденцію до економічного зростання України.

Проведений аналіз наукової літератури дає змогу дійти висновку, що в сучасних умовах на державному рівні потрібно переглянути вектори фінансової політики уряду та згідно цього провести ряд реформ у борговій, бюджетній, валютній, зовнішньоекономічній та грошово-кредитній сферах.

Уряд України повинен припинити масовий вивіз капіталу з країни, зменшити та попередити розвиток тіньового економічного сектору, а також позбавитись боргу та дефіциту бюджету шляхом запровадження заходів для стабілізації та зміцнення стану фінансової безпеки країни. Втілення в життя даних заходів, які включають в себе забезпечення належного стану складових фінансової безпеки, важливих для економічного майбутнього нашої країни, зміцнить економіку, стане можливим лише у випадку тотальної її підтримки на законодавчому, виконавчому та владному рівнях.

Також потрібно переглянути та вдосконалити чинні норми та правову базу у галузі забезпечення фінансової безпеки країни. В подальшому необхідно розробити концепцію фінансової безпеки держави, що враховувала б особливості всіх регіонів України.

Список використаних джерел та літератури:

1. Зачосова Н.В. Формування системи економічної безпеки фінансових установ: монографія / Н.В. Зачосова. – Черкаси : ПП Чабаненко Ю.А. – Черкаси, 2016. – 375 с.
2. Луцик-Дубова Т.О. Основні пріоритети зміцнення фінансової безпеки України / Т.О. Луцик-Дубова // Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2012. - вип. 22, ч.ІІ - С. 1-6.
3. Вашай Ю.В. Шляхи підвищення рівня фінансової безпеки України на сучасному етапі / Ю.В.Вашай // Галицький економічний вісник. - 2012. - №6(39). - С.137-144.

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Зачосова Н. В.

А. Г. Яковенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СТРЕС, ЙОГО ВИДИ ТА СПОСОБИ ПОДОЛАННЯ

Походження слова «стрес» йде з англійської мови та означає тиск або напруга. Стресом вважається неспецифічна реакція організму у відповідь на дуже сильну певну дію або подразник зовні, яка перевищує норму. Також стрес – це відповідна реакція нервової системи [2]. Причини виникнення стресу у кожного свої. Для когось стрес – це прокидатися рано, вчасно не поїсти, побутові сварки. Для інших стресом являється проблеми на роботі, зміна місця навчання або проживання, втрата рідної людини, фінансові труднощі тощо. Для когось стрес – це думка оточуючих про їх зовнішній вигляд та нав'язування так званих «стандартів краси».

Загалом усі стресові ситуації можна розділити на три основні категорії: гострі, епізодичні та хронічні. Гострі стресові ситуації зазвичай короткотривалі, проте завжди мають суттєві та тривалі наслідки, особливо якщо була психологічна травма. Епізодичні – також короточасні стреси, з якими ми можемо регулярно стикатися. Наприклад при спізненні на навчання. Хронічні стресові ситуації – поточні стреси, які стали постійними, такі як важка хвороба чи розрив стосунків.

Проте не слід думати, що стрес це лише негатив. Стрес може сформуватися як від позитивних так і негативних почуттів. Таким чином виділяють такі види стресів як ейфоричний стрес та дистрес. Ейфоричний стрес – виникає у разі закоханості, у зв'язку з одруженням, народженням дитини, несподіваною винагородою, вдалим проведенням

відпустки, приємною зустріччю тощо. Такий стрес приносить задоволення, щастя, радість, приємні емоції і до того ж підвищує захисні сили організму людини. Дистрес у свою чергу пов'язаний з хворобами невдачами, конфліктами, неприємними життєвими ситуаціями, втратою коханої людини, розлученням тощо. Він навпаки викликає страхи, переживання, неспокій, зумовлює виникнення хвороб, депресій та руйнує здоров'я [1, с. 242].

Існує багато шляхів подолання стресу, кожен може обрати для себе найкращий, найзручніший. Ось деякі з них: 1. Самотність. Для того, аби подолати стрес варто залишитися на самоті принаймні одну годину, обдумати ситуацію, яка відбулася. При цьому не слід займатися хатніми справами, слухати музику, читати чи дивитися телебачення. Просто побути самим з собою, зі своїми думками, а ще ліпше зайнятися медитацією. 2. Поплакати. Як стверджують психологи – зі сльозами виходить весь негатив і на душі стає значно легше. Не потрібно соромитися своїх почуттів. Хочеться – поплач, але наодинці, а не подружці чи мамі в плече. 3. Фізичне навантаження. Чудовою розрядкою стане заняття йогою або силові фізичні навантаження. Позбудетесь від стресу і тіло в форму приведете. 4. Перегляд фільму. Тут можна обрати або комедію, щоб розслабитися та забути про проблеми, або навпаки обрати «тяжкий» фільм для усвідомлення того, що комусь може бути ще гірше ніж вам. І що ваш стрес – це зовсім не стрес. 5. Виговоритися. Чим більше ви розкажете про свої проблеми, тим легше буде вам. Можна поговорити самим з собою, можна близькій людині довіритися, а у складній ситуації варто вже звернутися до психолога. 6. Випийте кави. За результатами досліджень було виявлено, що вживання кави певною мірою допомагає боротися зі стресом. Знайдіть декілька хвилин часу на смакування ароматного напою та розслабтеся. Проте завжди пам'ятайте про міру [3].

Якщо розібратися, то наше життя – це суцільний стрес, проте все залежить від нас самих і від правильного сприйняття усіх життєвих ситуацій. Все що відбувається в нашому житті – певний урок, який для чогось потрібен. Його треба прийняти і гідно витримати.

Стрес – це не те, що з вами трапилося, а те, як ви це сприймаєте.

Список використаних джерел та літератури:

1. Кузьмін О.Є., Громовик Б.П., Гасюк Г.Д., Левицька О.Р., Мельник О.Г. Менеджмент у фармації. Підручник. За редакцією О.Є. Кузьміна і Б.П. Громовика. – Вінниця: НОВА КНИГА, 2005. – 448 с.
2. Лученко В. Стрес – менеджмент. – [Електронний ресурс]: Режим доступу до ресурсу: <http://luchenko.com>.
3. Гулий І.С., Сімахіна Г.О., Українець А.І. Психологічна теорія стресу та шляхи його подолання. [Електронний ресурс]: Режим доступу до ресурсу: <http://medbib.in.ua/psihologichna-teoriya-stresu-shlyahi-yogo.html>

Науковий керівник: професор кафедри менеджменту та економічної безпеки,
д.е.н., доцент Білик В.В.

С. В. Янчукова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОНЦЕПЦІЯ ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА ЇЇ ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ

У сучасному глобалізованому світі існує стійкий попит лише на продукцію, яка відповідає жорстким нормам і стандартам якості. Своєю чергою, така продукція є конкурентоспроможною на зовнішніх ринках. До основних чинників конкурентоспроможності слід віднести рівень ціни та якість продукції. Якість є важливою передумовою підвищення рівня життя населення, економічної, соціальної та екологічної безпеки держави. Якість – комплексна категорія, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності економічних суб'єктів на макро- та мікрорівні, результативність їх стратегічних рішень, рівень організації виробництва, маркетингу тощо. Управління якістю має безупинний вплив на суспільне виробництво шляхом систематичного втілення комплексу

взаємопов'язаних функцій: взаємодія із зовнішнім середовищем, політика і планування якості, навчання та мотивація персоналу, організація роботи з якості, контроль якості, інформування споживачів, прийняття рішень і реалізація заходів, пов'язаних із підвищенням якості. Загалом якість продукції визначається дією низки суб'єктивних факторів. Для дослідження і контролю впливу цих факторів на рівень якості необхідне запровадження сучасних систем управління якістю. При цьому потрібні не окремі розрізнені й епізодичні зусилля, а сукупність заходів постійного впливу на процес створення продукту з метою підтримки відповідного рівня якості. Управління якістю неминує оперує такими поняттями як система, зовнішнє і внутрішнє середовище, мета, програма, процес [1, с. 17-18].

За даними Американського товариства якості (ASQ), загальне управління якістю (TQM) – це управлінський підхід до досягнення довгострокового успіху завдяки задоволеності клієнтів [2]. Це концепція підвищення ефективності та гнучкості всієї компанії, своєрідна культура підприємства, заснована на навичках колективної роботи. Це скоріше «філософія», ніж метод, техніка. Основними компонентами TQM є: зобов'язання керівництва, документальна система управління якістю, статистичний контроль виробничих процесів і зусилля колективу з поліпшення якості. Всі компоненти доповнюють один одного і вимагають повної прихильності до проблем якості, від вищого керівництва до найнижчих рівнів організації.

TQM – це скоріше напрямок, ніж певний стан. Немає компанії, яка після реалізації нової ідеї управління могла б сказати, що вона вже має TQM. TQM базується на постійному вдосконаленні [4].

Налагодження системи управління якістю є критично важливим у сучасному виробництві. Якщо виготовляється продукція, яка розчаровує клієнтів і споживачів, це негативно позначається на ефективності бізнесу. У процесі TQM всі члени організації беруть участь у вдосконаленні процесів, продуктів, послуг і культури, в якій вони працюють. Дослідження 2014 року, опубліковане в *Advances in Decision Sciences* [3], виявило, що реалізація TQM «позитивно пов'язана з усіма показниками ефективності», загальна практика управління якістю «загалом підвищує продуктивність фірми».

Загалом науковці виокремлюють 8 принципів загального управління якістю:

1) орієнтація на споживача. Все, що робить компанія – від навчання співробітників до покупки нових технологій – робиться заради задоволеності споживачів;

2) залучення усіх працівників. Співробітники повинні бути мотивовані на досягнення спільних цілей і залучені до процесу прийняття рішень;

3) процесний підхід. Запроваджуючи контроль якості в межах усіх виробничих процесів, можна послідовно створювати високоякісні продукти;

4) інтегрованість. Усі процеси повинні бути інтегрованими та взаємопов'язаними;

5) стратегічна спрямованість. Компанії повинні формулювати стратегічні плани, які включають якісну інтеграцію як основний компонент;

6) постійне вдосконалення. Уповноважені керівники та працівники повинні постійно шукати нові шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції та ефективності виробництва;

7) прийняття рішень виключно на основі фактів. Щоб постійно вдосконалюватися і вдосконалювати продукцію, необхідно забезпечити систематичний збір та аналіз комплексу даних про ефективність виробництва і збуту;

8) обмін інформацією. Менеджери, працівники та власники бізнесу повинні регулярно та ефективно спілкуватися, щоб забезпечити обмін інформацією, підтримувати моральний дух та підвищувати мотивацію.

Серед загальних принципів управління якістю, науковці також виокремлюють певну низку переваг системи TQM у порівнянні з традиційною системою управління якості. Серед них можна виділити такі:

– TQM допомагає зосередитися на потребах ринку та сприйнятому задоволенні, а не на технічних деталях;

- підприємства прагнуть підвищити якість продукції завдяки глибоким культурним змінам і ставленню персоналу, просуванню групової роботи, заснованої на участі;
- оскільки досягнення високих стандартів якості не може бути негайним, TQM зосереджується на довгостроковому, систематичному плануванні та стратегічному підході;
- використання цього підходу базується на критичному аналізі всіх процесів і діяльності, що забезпечує максимізацію доданої вартості, зниження витрат, підвищення безпеки підприємства та покращення якості продукції;
- загальне управління якістю допомагає розвивати комунікаційні процеси. Неправильні процедури та неадекватна комунікація викликають непорозуміння, плутанину, низьку продуктивність, величезні зусилля для досягнення скромних результатів, низьку якість і навіть нижчий моральний дух персоналу [5].

Отже, загальне управління якістю продукції є, по суті, наскрізним аспектом системи управління підприємством – таким, як час, витрати виробництва, управління персоналом. Саме це положення знаходиться в основі базових принципів створення сучасних систем менеджменту якості. Сучасне управління якістю продукції повинне прямо орієнтуватися на характер потреб, їхню структуру і динаміку; ємність і кон'юнктуру ринку; стимули, зумовлені конкуренцією на міжнародних ринках. Сучасне управління якістю на підприємстві, незалежно від форми власності та масштабу виробничої діяльності, повинне оптимально сполучати дії, методи і засоби, що забезпечують, з одного боку, виготовлення продукції, що задовольняє поточні запити і потреби ринку, а з іншого боку – розробку нової продукції, здатної задовольняти майбутні запити і потреби ринку.

Список використаних джерел та літератури:

1. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості / О.І. Момот. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 367 с.
2. Американське товариство якості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://asq.org/>
3. Науковий журнал «Advances in Decision Sciences» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journal.asia.edu.tw/ADS/>
4. TQM – Total Quality Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://quality-management.pl/tqm-total-quality-management/>
5. Total Quality Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.system-kanban.pl/definicja/tqm-zarzadzanie-przez-jakosc/>

Науковий керівник: старший викладач кафедри менеджменту та економічної безпеки
Кирилюк І. М.



СЕРІЯ

**«ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ.
СОЦІАЛЬНІ
КОМУНІКАЦІЇ»**

**УКРАЇНСЬКА
ЛІТЕРАТУРА**

МІФОЛОГЕМИ ПРИРОДНИХ СТИХІЙ В УКРАЇНСЬКОМУ ФОЛЬКЛОРИ

В умовах глобалізованого суспільства сучасна культурологія приділяє особливу увагу засадам формування універсальних духовних цінностей, здатних протистояти руйнації морально-етичних засад гіперінформативного простору, зниженню культурно-естетичних потреб. В значній мірі рятує повернення до традиційних засад і цінностей, до усвідомлення ментальної неповторності кожної національної культурної спадщини, плекання звичаїв і обрядів. У цьому процесі, велику роль відіграють міфи, архетипи, національні концепти, що найповніше проявляються через фольклор, його образність, сюжети. Особливу роль відіграють міфологеми природних стихій.

Узагальнену характеристику міфологем природних стихій у світовій культурній свідомості пропонують у своїх працях такі дослідники міфопоетичного, як Г. Башляр, Є. Мелетинський, В. Топоров, К. Г. Юнг; у вітчизняній фольклористиці – Я. Головацький, М. Сумцов, С. Килимник, В. Скуратівський, І. Грицик, О. Поріцька, В. Войтович та ін. Однак й надалі залишається ряд естетико-філософських проблем, пов'язаних з функціонуванням міфологем у народному мистецтві, їх еволюції у писемній творчості. Мета дослідження полягає у визначенні місця міфологем природних стихій, їх семантики в українській культурній традиції.

Витоки поклоніння природним стихіям (вогню, повітрю, воді, землі) сягають давніх світоглядних уявлень різних етносів, які утворили великі культурні (ведичний, європейський, китайський, індіанський та інші) міфологічні пласти. Вода, вогонь, земля та повітря були для наших предків святими. Їх з великою пошаною оспівано в піснях, опоетизовано в прислів'ях, повір'ях, возвеличено в народних легендах.

Вода, за народними віруваннями, найвеличніший дар неба Матері-Землі, бо вона оживлює її та робить плодючою. Вода виступала як засіб магічного очищення (в народі кажуть: «Будь багатий, як земля, а здоровий, як вода»), води поділяли на «чоловічі» і «жіночі». «Чоловічі» – небесні (дощові, снігові), «жіночі» – земні (криниці, джерела). Вода в джерелах вважалася цілющою, їх називали «криничками». В усіх місцевостях України біля води здійснювалися різні обряди, насамперед, на свято Купала. Характеризуючи концепт «вода», слід зупинитися і на криницях. Як зазначає дослідник В. Скуратівський, з давніх-давен у багатьох народів з особливою ретельністю охороняли і прикрашали джерела, вважаючи їх святими місцями. Здавна в народі кажуть: яка криниця – такий і господар. Народознавець В. Супруненко наголошує на думці, що найздоровіша і найсмачніша та вода, яка схована у колодязній споруді.[2, 52]. Отже, міфологема «води» у фольклорі артикулює багато значень, серед яких можна виокремити кілька головних сем: 1) вода як образ первісного світового хаосу (міф про потоп, тема шторму); 2) вода як сакральна божественна стихія (мотиви хрещення); 3) вода як образ «душі природи», праматері, витоків життя; 4) вода як символ плинності часу; 5) вода як стихія творчості (мотив фонтана, мотив джерела); 6) вода як стихія, що втілює людську сексуальність.

Перше і найголовніше місце, яке відводиться вогню в українській культурі — космогонічне. Він, згідно з дохристиянським слов'янським легендами, є одним із початків світу. Початком світостворення, за українськими міфами і переказами, були вогонь і вода, а символом, що їх об'єднував, – хрест. Також, за народними уявленнями, вогонь – найвеличніший дар сонця-неба, принесений людям сином могутнього бога Сварога – Сварожичем. В українській культурі вогонь виступає як добре, священне начало, так і втілення злих сил, а в окремих випадках і як амбівалентний елемент. «Позитивна» семантика міфологем вогню була сформована ще світоглядом наших пращурів-вогнепоклонників, про що свідчать народні легенди і перекази. В. Чабаненко стверджує, що у наших легендах, навіть з прийняттям християнства, залишається віра у Сонце як силу, що здатна протидіяти темряві. Так, у «Легендах і переказах Нижньої Наддніпряниці» Сонце чи солярні символи

згадуються мало не в кожному творі. Сонце є першоосновою світу, архетипом і при цьому основою життя взагалі. Те саме стосується і його земного аналогу — вогню. Зі змішанням на території східних слов'ян язичництва і християнства архетип вогню починає набирати «негативних рис. В оповідях вогонь постає як «згубний вогонь», «із змія вогнем палить», «трава, як ліс... запалиш, так вона горить неділі дві або три». Вогонь стає уособленням великої сили. На основі аналізу усної народної творчості Г. Атрошенко та С. Супрун визначили, що загалом у легендах і переказах вогонь реалізує такі значення: а) нищівний; б) абсолютного винищення; в) апокаліптичний вогонь [2, 52]. Проте в окремих випадках він є «жертвним», «життєдайним» атрибутом людського буття

Повітря, а точніше вітер — це, передусім, вільний простір. За стародавніми уявленнями, повітря асоціювалося з порожнечою, а згодом — із місткістю, в якій опинилися першостворені речі — небесні світила, рослини та істоти. Вітер, повітря в міфології сприймалися як божества, що відділили небо від землі, адже на початку небо-батько й земля-мати були нероздільними [3, 78]. Повітря – стихія, сфера перебування душ і різних невидимих істот, які можуть шкодити людині або ж приносити їй користь.

Земля, за народними віруваннями, центральна частина триєдності Всесвіту, символ жіночого начала, велика берегиня вічнозеленого Дерева життя. Небо і земля уявлялись як безсмертне подружжя – батько і матір. Головні семантичні ознаки міфологеми Землі сповна проявилися у фольклорній творчості і відображені в неофольклорній академічній традиції, зверненій до землеробської і календарної обрядовості, трудових пісень та епосу. У процесі дослідження вирізняються такі базові семантичні значення міфологічних іпостасей Землі, як Земля-мати, Свята Земля, Сира Земля, Земля-Батьківщина, Земля-годувальниця. Виявлено, що домінуючим значенням є її належність до архетипу Матері – рідної, плодючої, щедрої, святої. Земля є вологою – «сирою» (саме вологе середовище потрібне для проростання), вона і народжує, і приймає до себе після відходу з цього життя, тому Мати Сира Земля асоціюється з обрядами переходів.

Отже, міфологеми природних стихій є одними з найбільш вживаних й опоетизованих у народних піснях, прислів'ях, приказках, легендах. В українському народнопоетичному мисленні вони набували численних конотацій та варіацій, що було зумовлено часом і простором побутування.

Список використаної літератури:

1. Лановик М., Лановик З. Українська народна словесність – Л., 2000. – 200с.
2. Словник символів культури України / за заг. ред.: В. П. Коцура, О. Потапенка, М. К. Дмитренко. – К. : Міленіум, 2002. – 260 с
3. Ставицька Л. О. Естетика слова в українській поезії 10-30 рр. ХХ ст. – К., 2000.- 120с.
4. Костомаров М. Слов'янська міфологія / Упоряд., І. П. Бетко, А. М. Полотай; вступна ст. М. Т. Яценка. — К.: Либідь, 1994.— 384 с.

Науковий керівник: к. філол. н., ст. викладач Корецька М.В.

В. Верзун

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КНИГОТЕРАПІЯ І ПСИХОЛОГІЧНА СУТНІСТЬ ХУДОЖНЬОЇ ЛІТЕРАТУРИ

У сьогочасному хаотичному житті ми повсякчас піддаємося інформаційному перенасиченню, стресу, невротичним реакціям. Щодня перебуваємо в шаленому темпі соціального зростання, рухові «кудись угору», щоб дістатися всіх можливих і неможливих приваб життя. У той же момент поступово втрачаємо внутрішній спокій, позитивні емоції, гармонію між раціональним та емоційним, між свідомим («так треба») і підсвідомим («так хочу»). Відтак способів подолати внутрішню дисгармонію на сьогодні дуже багато: від звичайних внутрішніх релакс-медитацій до серйозних відвідувань психологів, біоенергетиків і т.д.

Проте є дуже простий і безпечний шлях до внутрішнього психічного здоров'я – це книга! Так, на думку дослідників, за допомогою читання художньої літератури можна знизити рівень стресу на 60 %, покращити фізичний та психологічний стан, ментальне здоров'я, змінити стан свідомості, відрефлектувати внутрішні комплекси та потреби. Доречно підібрані книги для активізації чи ж подолання певної емоції, їх глибинна інтерпретація з додатковими арт-терапевтичними процедурами (психомалюнок, аплікація, хенд мейд, інсценізація, метод корекційного читання тощо) дає неймовірні результати. Художня література має необмежений потенціал, який не може забезпечити жоден, навіть найдосвідченіший психолог – ґрунтовно, не поспішаючи, дізнатися, зрозуміти, навчитися аналізувати і, отже, контролювати свій емоційний стан і свої реакції, заглиблюватись у себе, щоб зрозуміти себе, самоусвідомитись [1].

Відтак, книготерапія – це сфера арт-терапії, спрямована на формування у людини навичок і здатності протистояти неординарним ситуаціям (хвороби, стреси, депресії), зміцнювати силу волі, підвищувати інтелектуальний та освітній рівень. Це один із різновидів арт-терапевтичних практик, коли відбувається психологічна корекція за допомогою художньої літератури, за допомогою впливу художнього слова на психоемоційний стан людини.

Книготерапія виконує такі функції:

- проявляє індивідуальну самосвідомість;
- допомагає зануритись у приховану сферу підсвідомого;
- поліпшує розуміння і програмування людиною своєї поведінки;
- сприяє формуванню адекватної самооцінки;
- визначає в людині її інтереси і схильності;
- полегшує наслідки стресу;
- показує особистості, що він (вона) – не перша людина, що зіткнулася з такою проблемою;
- показує людині, що є більш, ніж одне рішення проблеми;
- допомагає обговорити проблему більш вільно;
- допомагає спланувати правильний шлях дій у вирішенні проблеми;
- допомагає вийти на шлях самопізнання, самореалізації і в кінцевому підсумку самоактуалізації, досягти психологічної зрілості;
- розвиває творчі здібності і підвищення самооцінки.

Отже, майстер-класи з книготерапії, як інноваційного методу арт-терапії, стають все більш поширеними. Важливість цього методу полягає в тому, що для кожної конкретної історії реципієнта можна підібрати певну літературу, яка б скорегувала її і вплинула на адаптацію особистості до нового способу життя, на його психічне і моральне здоров'я [2].

Науковці відзначають, що книготерапія (бібліотерапія) вивчає терапевтичний ефект різних типів і різновидів літератури, переважно художньої. Саме поняття книготерапії раніше в основному розглядалася як лікування книгою, що помітно звужувало коло проблем бібліотерапевтичної діяльності. Бібліотерапію також вивчають і як напрям роботи бібліотек з читачами, сутність якого - цілеспрямований вплив за допомогою як книг, так і засобів бібліотечної роботи в різних дискомфортних і кризових ситуаціях, орієнтоване на вибір оптимальних способів інформаційно-психологічного захисту особистості, адаптації, компенсації та корекції через вдосконалення читацької діяльності. Основне завдання книготерапії - надання допомоги для саморегуляції читацької діяльності особистості в умовах психологічного дискомфорту і стимуляції читацького розвитку. Відомо, що художня література, впливаючи на психіку людини і тим самим змінюючи фізіологічні та патологічні процеси в її організмі, лікує хворого. За допомогою спеціально підібраних книг з урахуванням психічних особливостей пацієнтів бібліотерапевт надає благодійний вплив на лікування різних соматичних і психічних захворювань, неврозів. Цілеспрямоване лікування читанням може «мати заспокійливу дію, але воно може бути і засобом тонізуючим, що створює бадьорість і гарний настрій. Воно може вирівнювати емоційний стан, сприяти вихованню волі, роблячи характер більш стійким», - так писав І.П. Кутанін, котрий одним з перших поставив

питання про застосування бібліотерапії. Надалі він акцентував на тому, що читання може і нашкочити - внести розлад у психіку і не рекомендував книги, які потребують особливого розумового напруження, з переважанням похмурого, песимістичного змісту, емоційно перебуджують [3].

Уже доведено (у тому числі і онкологами), що позитивні емоції - любов, надія, віра, радість, сміх, впевненість у власних силах, воля до життя - несуть у собі свого роду терапевтичний потенціал. Однак не так просто привести в дію, запустити механізм позитивних емоцій. Бібліотерапевтичний ефект може виходити не тільки від читання художньої літератури, але і від самого широкого кола матеріалів - журналів мод, газет, підручників, наукових книг, енциклопедій та словників. Поряд з художньою літературою можна використовувати поезію, літературу за інтересами з урахуванням профілю захворювання. [4]

Застосування методу бібліотерапії допоможе подолати певною мірою дефіцит спілкування, емоційного відчуження та наявність дискомфорту. Допоможе знизити підвищену дратівливість, розлад з собою і оточуючими.

Розгляд методу бібліотерапії в такому ракурсі збільшує об'єкт його впливу. В якості об'єкта бібліотерапії будуть виступати не тільки і не стільки хворі, скільки цілком нормальні люди, але які відчувають якісь проблеми, стреси або перебувають у кризових ситуаціях. Серед них ті, хто блокував свої емоції як енергетичний фундамент життєдіяльності, хто знайшов обхідні способи вивільнення, що призвело до розбалансування їх відносин з навколишнім світом. Завдання бібліотерапії у зв'язку з цим буде полягати в протистоянні негативним патологічним тенденціям і в формуванні установки до позитивної самореалізації.

На думку американських психологів, здатність незалежного маніпулювання образами в уяві, співпереживання у процесі сприйняття художнього твору дають можливість компенсувати те, що людині не вдається реалізувати в дійсності [4].

Отже, книготерапія – є актуальною темою сьогодення.

Список використаної літератури:

1. Андреева Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных Заведений. М. : Аспект Пресс, 1998. 376 с.
2. Бех І.Д. Дискурсивна технологія інтимно-особистісного спілкування. 2003
3. Бодалев А.А. Общение как предмет междисциплинарного изучения. Психологический журнал. 2009. - 129 с.
4. Молчанова О.Н. Психологический витуаут как механизм стабилизации Я концепции в позднем возрасте. Психология зрелости и старения. 1997. - 115 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Вертипорох О. В.

М. В. Вільчик

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ ДИТЯЧОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Сучасна українська проза для дітей та юнацтва – якісно нове художньо-естетичне та соціокультурне явище. Дитяча література – відкриття в малому «космосі» космосу великого життя. Вона не розвивається відірвано від літературного процесу. Основні тенденції, напрямки знаходять реалізацію як в літературі для дорослих, так і в дитячій літературі.

Специфікою дитячої літератури є те, що юні читачі, пропускаючи описи зовнішнього світу крізь свою чуттєву сферу, стають співпереживачами подій, ці картини зворушують їх душу, викликають певні позитивні емоції, запрограмовані письменником. Соціологи, психологи, досліджуючи дитяче бачення світу, одержують результати, які часто співпадають з найновішими науковими досягненнями. Дитячий егоцентризм, відчуття головного, інтернаціональність важливі у пізнавальному потенціалі. На подальший розвиток дитини реалії життя накладають свій відбиток, змінюють художність дитячого пізнання світу, його аналогічні парадокси формально об'єктивовані дорослим сприйняттям життя [1].

Дитяча література є художньою педагогікою дитини. Дитинство – світ складний, драматичний, багатий духовним життям, відповідальний період, початок початків особистості індивіда. Істинні творчі відкриття дитячого письменника необхідні юному читачеві і не обмежуються віковим адресуванням твору. Вони перспективні і в майбутньому. Вони цікаві і для дорослих[2].

На початку ХХІ ст. вперше на пострадянському просторі дитяче читання починають розглядати не лише як засіб навчання та виховання, а і як засіб розваги, відпочинку, емоційного розвантаження дитини. Інтерес до дитячої книжки зростає, особлива увага приділяється її якості. Над розв'язанням цієї проблеми успішно працюють письменники, ілюстратори, видавці. Час вносить свої корективи у тематику, жанрові, образні параметри у модель сучасної української книжки для дітей[1].

Дитяча література перехідного періоду формується у час ґрунтовних соціальних змін і нового світовідчуття. Це вказує на новий соціальний запит до вибору книжок для дітей, у яких поєднуються елементи вигадки, фантастики та казки з реаліями сучасності: катастрофи, кримінал, ринкові відносини. У той же час дитячі письменники звертаються до «вічних тем»: стосунки з батьками та однолітками, негаразди шкільного життя, складнощі адаптації до певних умов життя (В.Рутківський, А.Кокотюха, С.Гридін, Н.ГербішЛ. Мовчун, В. Читай, Д.Матіяш, Б.Матіяш, Т.і М.Прохаськи, З. Мензатюк, Г. Ткачук та інші) [2].

На межі ХХ-ХХІ століття формується нова система жанрів дитячої української літератури. У колі дитячого читання залишаються традиційні жанри: повість, казка, новела, байка, легенда, притча, віршовані твори. Зберігаючи свої сталі атрибути, вони проходять процес модифікації та кореляції жанрових форм, як-от: сімейні та казково-побутові історії, «комічна попея», психологічна повість[3].

Сучасна література для дітей характерна наявністю поряд з індивідуальними героями колективу головних дійових осіб (шкільна проза), обмеженою кількістю вторинних персонажів, що пов'язано із неможливістю дітей-читачів їх запам'ятати і розрізнити. У цьому сегменті літератури відсутні тексти з самотнім головним героєм (як, наприклад, у робінзонаді), що зумовлене правдоподібністю, педагогічними принципами та функцією соціалізації. Ще один ракурс – статичність/динамічність зображення головного героя, його фізичного і духовного розвитку [1, 29].

Тема дитинства в сучасній прозі для дітей розгортається в контексті змалювання найближчого оточення дитини, дитячих ігор та уяви; синтезу казкових, пригодницьких та фантастичних сюжетів, відтворення природи й навколишнього світу, який її оточує («Лялечка і Мацько», «Втеча звірів, або Новий бестіарій» Г. Пагутяк, «Тринадцятий місяць у році» Г. Кирпи, дилогія «Ганнуся» В. Рутківського, трилогія «Федько, прибулець з Інтернету» С. Гридіна та ін.). Урбаністична тематика й топоси домінують у «Київських казках» З. Мензатюк, казковій повісті «Вечірні крамниці вулиці Волоської» Г. Ткачук.

Теми щасливого дитинства, родинних традицій та любові до рідного краю, морально-етичну проблематику репрезентують твори для менших читачів. Відповідно до віку дитини ускладнюються й базові цінності життя, естетичний і моральний досвід, наближуючись до рівня дорослого, що позначено на діалозі письменника і читача й засвідчено поетикою текстів. Зникає універсальність твору й увиразнюється психологічний, гендерний, соціальний та інші плани художнього зображення.

Найпопулярніші у підлітковій реалістичній літературі теми дорослішання, становлення особистості, соціалізації, екзистенції, шкільного життя дитини; психологічні проблеми самотності, комплексування; спілкування з ровесниками і батьками, складних взаємин у колективі («Мій друг Юрко Циркуль» В. Бердта, «Я закохалася» М. Морозенко, «16 весна» В. Теремка, «Не такий», «Незрозумілі», «Не-Ангел» С. Гридіна, «Крута компанія» Н. Білої, «Наша велика вигадана родина», «Задзеркалля» О. Луцевської, «Солоні поцілунки» О. Купріяна, оповідання із збірки «Новенька та інші історії» О. Сайко, «Дівчина з міста» О. Рижко, «Марічка і Костик», «Полями і хмарочосами» С. Процюка, «Марта з вулиці святого Миколая» Д. Матіяш, «Школярка з передмістя» О. Думанської та ін.). Художньо осмислені

проблема кризи інституту сім'ї, тема соціального сирітства (повість «Інший дім» О. Луцесвської, збірка оповідань «Мама по скайпу»); проблема комунікації «іншої» дитини і світу («140 децибелів тиші» А. Бачинського, «Метелики в крижаних панцирах» О. Радущинської, «Трамвай № N» А. Маслюха)[4].

Висвітлення соціально-психологічних проблем відбувається у творах реалістичного спрямування. Така література особливо актуальна, оскільки дає читачеві змогу побачити себе і світ навколо, а письменникові – створити нарратив, за допомогою якого можна з дитиною «проговорити» реалії сьогодення. Тенденція розвитку реалістичної, соціально-психологічної прози про і для підлітків, актуалізація складних, «гострих» чи «недитячих» тем екзистенційного характеру – висхідна й динамічна, що засвідчує порівняльно-типологічне зіставлення кількості виданих творів з початку 1990-х років, а також їх популярність[5].

Отже, художньо-естетична парадигма сучасної української прози для дітей та юнацтва – багатокомпонентна система, побудована на відношеннях варіативності, подібності, протилежності тощо. Відтак означимо загальні тенденції еволюції прози для дітей та юнацтва: наповненість тематичних і жанрових ніш; підвищення художньо-естетичної якості, оновлення поетикитворів, засвоєння досвіду зарубіжних письменників; зміна функціональних аспектів художнього тексту (відмова від дидактизму, орієнтація на сучасну дитину й адекватна розмова з нею). На початку XXI ст. змінилося співвідношення реалістичної, реалістично-фантастичної та фантастичної прози в її підлітково-юнацькому сегменті, що зумовлено характером соціокультурних процесів, формуванням нових поколінь читачів. Тематична і подієварозтабуваність сучасної української прози для дітей та юнацтва – одна з найхарактерніших її ознак.

Список використаної літератури:

1. Качак Т. Тенденції розвитку української прози для дітей та юнацтва початку XXI ст. Київ: Академвидав, 2018. 320 с. (Серія «Монограф»).
2. Качак Т. Б. Українська література для дітей та юнацтва: підручник. Київ: ВЦ «Академія», 2016. 352 с.
3. Наєнко М. Літературна критика і критерії художності. *Літературна Україна*. 2009. С. 7.
4. Стаднійчук Р. Дитяча література: від реалій до ідеалу. *Слово і час*. 1994. № 9-10. С. 41 – 42.
5. Сучасна дитяча проза України. Популяризація творчості сучасних українських дитячих письменників: Методичні рекомендації бібліотекарям / укладач Л. В. Данилова; Запорізька обласна бібліотека для дітей «Юний читач». Запоріжжя, 2017. 12 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Вертипорох О.В.

Н. Л. Зінченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СПЕЦИФІКА ПСИХОЛОГІЗМУ В ПОВІСТІ НАТАЛКИ СНЯДАНКО «КОЛЕКЦІЯ ПРИСТРАСТЕЙ»

Починаючи з 80-х років (це і є власне відлік сучасного літпроцесу) українська література майже повністю переборола тематичну неповноту та жанрову обмеженість колоніальної доби. Так, з прози зник нав'язаний колись соцреалізмом як магістральний т.зв. «виробничий роман» з його нескінченними описами виробничих процесів та фальшивою комуністичною патетикою, зникли кон'юнктурні писання, що оспівували «прекрасне радянське життя» [1, 43]. З початком 90-х почалася реструктуризація як культурницького, так і літературного процесу. Починають активно письменниками розроблятися раніше заборонені теми та мотиви. Після багатьох літ заборони та цензури знову проступає в літературі відкрите, повнокровне художнє осмислення життя. Ці ж зміни стосуються і сучасної жіночої літератури, котра розвивається в умовах постколоніальної дійсності, де старе вже змертвіло, відходить, руйнуються традиційні патріархальні погляди та стереотипи, зокрема, на роль та призначення жінки, натомість відбувається процес самоідентифікації, процес набуття нового значення у новій реальності. Сучасна жіноча проза виокремила новий стиль письма, зовсім іншу манеру мовлення, задала

інший тон своїм творам. Інакшість жіночого письма, що відбиває жіночий досвід, дала підстави Т. Гундоровій ствердити, що «український постмодернізм має гендерну спрямованість» [2, 59]. У сучасній жіночій прозі представлена нова концепція особистості жінки, яка визначена С. Філоненко як «концепція жінки з «роздвоєним», «роздертим» еством: бажання бути вільною, незалежною, справді емансипованою часто суперечить глибинному потягу до родинності і материнства» [3, 18]. Характерною прикметою літературного життя кінця ХХ – поч. ХХІ ст. є те, що в ньому беруть участь представники різних поколінь, різних стильових течій, отже, в ідейно-тематичному, жанрово-стильовому й емоційно-інтонаційному виявах проза останніх років строката й різнобарвна.

Наталка Сняданко увійшла в українську літературу завдяки складній темі пошуку жінкою власної сутності, читаючи про яку, мивпізнаємо усі психологічні симптоми сучасників. Вона пише безсумнівно якісну прозу, у центрі якої знаходиться тема жіночого буття. Формування особистості, всі стадії психологічних конфліктів особистості, протест і бунт супроти традиційних норм, як відомо, перетворюється у текстах письменниці на суцільну муку, заборону, гріх. Власний біографічний досвід стає у тексті вдячним матеріалом для психоінтерпретації жіночої душі, її онтогенезу, аналізу позасвідомого.

Повість Н.Сняданко «Колекція пристрастей або пригоди молодої українки» (2004 р.) – це твір про історію дорослішання та набуття самоідентичності через раціональну й емоційну рефлексію дівчини з «добропорядної галицької родини». З одного боку, перед нами постає опис підліткової фази інфантильності, а з іншого – колекція захопливих пригод й нарощення самоусвідомлення молодої жінки, подолання нею стереотипної свідомості й послідовне формування власної чіткої життєвої позиції. Як і характерно для сучасної жіночої прози, а саме таким є досліджувана повість, це – відверта сповідь, написана з життєвої позиції молодої жінки. Наталка Сняданко своєю повістю «Колекцією пристрастей» продовжила популярну в сучасній українській літературі тематику любовних пригод молодої українки. «Нинішня варіація, – відзначила Я.Чайківська, – носить виразну печать галицького походження й двох вищих освіт головної героїні. От тільки чи змінилося кардинально від цього бодай щось? Знову маємо справу з альтер-его героїні, яка від авторки практично нічим не відрізняється»[4].

Олеся Підобідко – проста галицька дівчина, що закінчила Львівський і Фрайбурзький університети і, очевидно, повторила ще багато життєвих реалій Сняданко. Внутрішні переживання героїні Н.Сняданко є цікавим об'єктом для психологічного аналізу, адже її тексти акцентують на жіночих почуттях при зіткненні із навколишнім світом. Головним його виявом, звісно, є чоловік як основне джерело самопізнання, дисгармонії, а отже, жіночої особистісної невлаштованості. Звідси – заперечення усього традиційного, стереотипного, маскулінного. У романі присутній новий образ сучасної української жінки – емансипована й незалежна, активна, цинічна й іронічна дівчина, яка сміливо йде до поставленої мети й досягає її. Можемо сказати, що у такий спосіб авторкою збирається «колекція» чоловічих образів, через які героїня твору пізнає й усвідомлює себе на рівні інтимних суб'єктно-об'єктних стосунків. У своїй «Колекції пристрастей» авторка безжалісно оголює абсурдність стереотипного мислення – про жінок, чоловіків, а також про народи. Історія дорослішання дівчини із «порядної галицької родини» містить як епізоди, знайомі кожному з власної біографії, так і екзотичні експонати італійської, німецької чи аристократичної пристрасті[5].

«Колекція пристрастей» – це іронічна, з добрим гумором, динамічна, легка і читабельна розповідь дівчини-галичанки про «колекцію» чоловіків у своєму житті. Скомпонований у вигляді своєрідного щоденника, що є однією із форм прямого психологічного відображення, він складається із семи розділів та двох додатків, в яких аналізується становлення особистості від дитячих років і до одруження. Авторка використовує такі засоби як: вбивчу іронію, подекуди сарказм, блискучий гумор і стиль, який несе читача крізь книгу у прискореному темпі. Розповідь від першої особи викликає в читача відчуття незвичайної щирості, хочеться вірити кожному слову героїні твору, яка прагне відрізнити пристрасть від кохання.

Твір читається дуже легко, адже мова авторки проста, невимушена та досить зрозуміла для пересічної особи молодого віку. Вся реальність, всі події, які переживає героїня проходять через якусь іронічну призму та набувають іронічного забарвлення.

Отже, маємо у сучасному українському письменстві цікаві та самобутні художні тексти молоді письменниці про психологію сучасника із глибинною аналітикою душевних дисгармонійних процесів, процесу глибинного самоусвідомлення та самопізнання, із прагненням подолати стереотипність загального мислення й вибудувати цілісну особистість в різних соціально-психологічних та культурно-історичних площинах.

Список використаної літератури:

1. Жила С.О., Лілік О.О. Художній світ сучасної української літератури: навч. посібник. Чернігів : Десна Поліграф, 2017. 372с.
2. Гундорова Т. Післячорнобильська бібліотека. Український літературний постмодерн. Київ : Критика, 2005. 263 с.
3. Філоненко С. О. Концепція особистості жінки в українській жіночій прозі 90-х років ХХ століття: Монографія. Київ, Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. 156 с.
4. Чайківська Я. Феномен жіночого авторства. URL: <http://www.ukrlit.vn.ua/article1/1519.html>.
5. Сняданко Н. Колекція пристрастей, або пригоди молоді українки. Харків: Фоліо, 2004. С. 287.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Вертипорох О. В.

М. Качур

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

«ЗОРОВА» ПОЕЗІЯ ЯК СЕГМЕНТ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІРИКИ: ФОРМАЛЬНІ ПОШУКИ Й ТЕМАТИЧНЕ БАГАТСТВО

«Зорова» поезія в українській літературі найяскравіше представлена трьома етапами: епоха бароко дала найповніше розвинену жанрову палітру візуальних віршів; 20-ті роки ХХ ст. з його авангардними експериментами принесли поезомалярство футуристів; певною мірою 60-ті, а впевненіше 80-ті та 90-ті роки ХХ ст. явили сучасний варіант зорової поезії. Природно, що етапи розвитку зорової поезії різняться. Так, барокове мистецтво часто характеризують як просякнуте духовністю, занурене у сферу релігії. Сучасна «зорова» поезія тлумачиться більш широко: у ній помічають як тілесні мотиви, так і духовні, лише духовність дещо відрізняється від барокової – це не релігія, а мораль у широкому розумінні.

Сьогодні на теоретичному рівні найбільше публікацій про українську візуальну поезію підготував М. Сорока[5]. До аналізу сучасної зорової поезії вдавались також у своїх розвідках В. Мельник [2], Т. Назаренко [3], В. Поліщук[4] та інші.

На нашу думку, в сучасних поетів-візуалістів форма залишається на межі гри, але крізь неї просвічується світ серйозних почуттів. Іронія, гротеск, експериментаторство – це засоби пізнання дійсності. Для того, щоб пізнати дійсність, її слід подолати, шляхом вивільнення енергії слова. Візуальна поезія – не гра задля гри і не сліпе наслідування досягнень попередніх епох. Словесний і зоровий компоненти одночасно виконують у таких творах семантичну та естетичну функцію, доповнюючи один одного.

Поети-візуалісти другої половини ХХ – початку ХХІ століття виробляють принципово інше розуміння мови та зорового образу як засобів передачі поетичного повідомлення. Із зоровим навантаженням новий спосіб, навіть без знаків пунктуації та синтаксичних норм, цілком здатний до передачі ліричного повідомлення, звичайно, за умови зміни природи самого ліризму та засобів його відтворення. Відсутність синтаксичних зв'язків компенсують зорові якості текстів, які виступають як змісто-формотворчі компоненти. Деякі письменники відстоюють навіть право поезії користуватися нелінгвістичними знаками: нотними, математичними, емблемами, печатками, геометричними фігурами, таблицями тощо.

Вражає у творчості сучасних поетів-візуалістів і те, що вони майстерно володіють не лише творенням словесного зоро-, а й музико- образу, часто поєднуючи їх в одне ціле. Тож у

їхній творчості зустрічаємо безліч акровіршів, моновіршів, паліндромів, власне фігурних віршів, анаграм, таврограм, бранхіколонів, а також низку стилістичних і поетичних рис, які притаманні бароко: трагічне світовідчуття, настрої песимізму та розчарування, синтез християнських та язичницьких елементів, як алегоричність, символізм, емблематизм. Їх цікавить не стільки зрима, зовнішня, реальна сторона речей, а відшукування духовної їхньої сутності.

Варто поглянути на найпоказовіші твори, не розмежовуючи материкових і діаспорних авторів, та на специфіку деяких авторів, яку досліджує І. Лучук [1].

Так, ЯрсБалан у деяких творах використовує ремінісценції з Михайля Семенка, з його поезомалярства, культивує «вишивані вірші» (розташування літер в яких нагадують вишивку), робить вірші-лабіринти за бароковим зразком, деколи зводить до мінімуму літерний елемент (використання лише знака м'якшення Ь у творі «Тиха ніч»). Зіновій Бережан композицію «Акорд» будує на словесній грі з параномастичними ефектами, коли стилістично використовуються подібні за вимовою слова. Володимир Чупринін(під псевдонімом Волхв Слововежа) використовує стилізацію під давньоукраїнське письмо, залучаючи деколи паліндромні вирішення. Тетяна Чуприніна використовує індоєвропейську світоглядну символіку, по-паліндромному симетрично. БрайєнДедора у творі «він ворухнувся», що складається з дев'яти шпальт, подає той сам текст кельтською та українською мовами, потім обидва стовпчики наближаються один до одного, зливаються, внаслідок чого виникає англійський варіант цього тексту, який відштовхує кельтський та український варіанти на маргінес. Юрко Гудзь у своїх «сілентивних» віршах (в яких значну роль відіграють коми, крапки, дво- і трикрапки, апострофи тощо, що позначають паузи) використовує слова з елементами зауму, стилізовані під дитячу мову. Назар Гончар у своїх візуальних віршах використовує різні виражальні засоби, зокрема розбиває слова на частинки, наче при трясінні («Автопортрет в автобусі»), застосовує паліндрому та нотний ряд. Любомир Госейко у вірш «Ейфелева вежа» (що візуально нагадує візитівку Парижу) вніс ремінісценцію зі «Слова о полку Ігоревім». Іван Іов використовує цілу палітру візуальних виражальних засобів, «Баладу про пісковий годинник» вирішує у формі клеписдри, вірш «Метелик» і має форму метелика, а «Різдвяна вірша» має форму ялинки, у творі «Народження, можливо, геніяльного вірша» всі рядки позакреслювані. Микола Холодний у творі «Формула шлюбної ночі (Симфонія)» наводить хімічні формули тестостерону й естрогену, а теж одного літра алкоголю, поділеного між чоловіком і жінкою (кумедно, що цензори з КДБ сприйняли цей твір як шифрограму до ЦРУ та підшили до кримінальної справи автора). Мирослав Король комбінує слова, літери, цифри, малюнки своїх творах, є в нього й візуально вирішений цикл «Вірші про вірші», який розкриває деякі секрети мистецтва поетичного. Микола Луговик культивує фігурні вірші, зокрема вірш «На спомин з дня 500-ліття Січі» будує у формі січового куреня, вірш «Пам'яті Джона Леннона» подає у формі окулярів і гітари, композиція «Орфей і Евридика» є двома силуетами, складеними з літер відповідних імен. Віктор Мельник експериментує з сонетами: «Сонет навстоячки» читається по рядках знизу вгору, «Повішений сонет» читається по рядках зверху вниз, «Сонеторт» подано у формі торта; пародіює візуальні вірші М. Мірошниченка, М. Луговика, М. Сороки, Н. Неждани, а також самого себе. Микола Мірошниченко має графічно вирішені паліндроми, фігурні вірші, зокрема вірш «Фонтан» (в якому обігруєтьсякаліграма Г. Аполлінера «Зарізана голубка і водограй»), вірш «Фенікс-птаха із земель Рустих (тобто Київської Русі)» у формі птаха, вірш «Портрет забутої жінки» у формі порожньої рами тощо, а також «переклади» зоропоезії: з німецької (РайнгардДюль), азербайджанської (Аббас АбдуллаГаджаногли), узбецької (АтааллахМахмуд-іХусайніАтаї). Анатолій Мойсієнко представлений візуальними паліндромами у графіці ВолхваСлововежі й власною шахопоезією. Неда Неждана вірш «Пісковий годинник» подає у формі клеписдри. Роман Садловський представлений візуальним паліндромом, віршем «Ніколи вже не бігтимеш» і поезією в прозі «Два вікна» (розбитою на дев'ятнадцять шпальт). Микола Сарма-Соколовський вірш «Дзвін Івана Мазепи» вирішує у формі дзвона, вірш «Вітряк» – у формі вітряка ж, вірш «Кобзарям Коліївщини» – у формі надмогильного хреста, вірш «Найсердечніше серце» – у формі серця. Микола Сорока обігрує слово Україна в

«Політичному циклі», komponує вірші у формі сходів, жіночих грудей, чайної чашки тощо, використовує ремінісценції з М. Семенка. Юрій Зморочив показує слова і фрази наче в кімнаті сміху у викривлених дзеркалах[1].

Приблизно так представлена українська візуальна поезія на сторінках антології Тетяни Назаренко «Поезографія». Це є наразі найоб'єктивніша панорама в цій галузі.

Як бачимо, візуальна поезія в рамках української літератури багата на здобутки і при тому має відкриті широкі перспективи. Можемо констатувати, що мистецтво візуальної поезії є оригінальною складовою мистецтва поетичного загалом. Сучасна візуальна поезія справляє сильний естетичний вплив на людські відчуття й робить більш інтенсивний імпульс для створення відповідного художнього образу.

Список використаної літератури:

1. Лучук І. Українська візуальна поезія. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/Luchuk_Ivan%20.pdf. (дата звернення: 4.03.2019).
2. Мельник В. Катехізис візуала. Вийшла антологія сучасної української зорової поезії. URL: <http://www.umoloda.kiev.ua/regions/66/164/0/23659/>. (дата звернення: 22.02.2019).
3. Назаренко Т. Поезографія: сучасна зорова поезія українською мовою. Київ, 2005. 204 с.
4. Поліщук В. Про Олексія Софієнка та його поетичне слово (передмова). Софієнко О. *Снівуча кров*. Черкаси: Вертикаль, 2013. С. 3–16.
5. Сорока М. Зорова поезія в сучасній українській літературі. *Слово і Час*. 1994. № 4/5. С. 71–76.
6. Шинкарук С. «ЗОРРО» української поезії, або Поезозмалярство Миколи Луговика. URL: <http://maysterni.com/publication.php?id=24414>. (дата звернення: 21.02.2019).

Науковий керівник: д. філол. н., професор В. Т. Поліщук

І. В. Козловець

Коростишівський педагогічний коледж імені І. Я. Франка

ТЕАТР ЯК ХУДОЖНІЙ ФЕНОМЕН В КОНТЕКСТІ ІНТЕГРАТИВНИХ ТЕНДЕНЦІЙ СУЧАСНОГО МИСТЕЦТВА СЛОВА

Нова українська школа потребує нового вчителя, який може стати агентом змін. Сьогодні змінилися вимоги і до вчителя, і до учня. Становлення і розвиток суспільства породжує гостру необхідність в педагогах, що володіють високою професійною компетентністю, чого можна досягнути лише шляхом інтегрування суміжних дисциплін. Комплексне застосування знань із різних предметів – це закономірність сучасного життя, важлива умова сучасної науки і розвитку цивілізації в цілому.

Інтегрування в сучасній освіті – це не лише дієвий засіб структурування змісту й систематизації навчального процесу в органічних зв'язках, а й здатність поєднати ціннісні орієнтації різних наук.

Театральне мистецтво як і будь-яке інше в своїй основі, здавна виявляло дві протилежні тенденції: з одного боку до диференціації, з іншого – до інтеграції [1, 279].

Сценічне мистецтво висловлюється як в просторі, так і в часі, тому художньо-естетичний фактор єднання можна простежити в поєднанні із рядом суміжних дисциплін: літературою, музикою, народознавством, історією, етнографією, фольклором і навіть релігієзнавством.

Отож, простежимо роль інтеграційної складової при вивченні дисципліни «Основи сценічного та екранного мистецтва» у поєднанні з українською літературою в аспекті компаративістики.

Порівняльне літературознавство визнає факт, що цим мистецтвам, незважаючи на різницю їхніх засобів і техніки, властива схожість і що існують не тільки паралелі, породжувані загальним духом різних епох, а й часто прямі впливи одного мистецтва на інше.

Зауважимо, що література – це словесне мистецтво, але його художня мова не вичерпується вербальним рівнем, його зміст виражається словесними засобами, але не зводиться до словесного вираження. Мистецтва різняться своїм «будівельним матеріалом», але в кожному епоху вони створюють ансамбль, якому властива спільна векторність руху, спільні закономірності й інтенції на естетико-художньому рівні [2, 29].

Такий своєрідний ансамбль було створено студентами 141 групи Коростишівського педагогічного коледжу імені І. Я. Франка. Адже формування предметних компетенцій студентів неможливо здійснювати без застосування знань суміжних дисциплін, тобто реалізації міжпредметних зв'язків.

Серед лінгвістичних дисциплін, запропонованих для вивчення в коледжі виділяють як основні, так і додаткові. Основні дисципліни забезпечують знання із даних предметів, формування комплексу ЗУН, проте на сьогодні не спроможні забезпечити реалізацію поставлених завдань. На допомогу тут можуть прийти додаткові дисципліни: «Основи сценічного й екранного мистецтва», «Вступ до спеціальності», «Педагогічна майстерність», «Дитяча література з основами культури і техніки мовлення», «Сучасна українська мова з практикумом», які мають забезпечити надолуження втрачених можливостей у вивченні основних дисциплін.

Удосконалення навчального процесу вимагає постійного пошуку нового, передового в реалізації державних стандартів з підготовки висококваліфікованих кадрів молодших спеціалістів. Використання міжпредметних зв'язків сьогодні стоїть чи не на першому місці у методиці викладання дисциплін. Тому студенти, об'єднавшись у літературно-мистецьку студію «Любисток», поєднали у своїй діяльності літературу і сцену. Це дало можливість їм навчитись «розуміти простір» сцени. Якщо література закодує зоровий образ текстуально, пропонуючи читачеві роль інтерпретатора, звертаючись до його уяви, досвіду та знань, то театр демонструє візуальне глядачеві, і розкодує закладене значення, трактуючи мову руху в просторі, демонструючи пошук рішень на сцені [3, 28].

Попри наявність важких для сценічного втілення візуальних елементів, учасники студії «Любисток» по-своєму розкодували зміст повісті «Кайдашева сім'я» І. Нечуя-Левицького, проживши її на сцені.

У своїй постановці вони відходять від етнографічних канонів, і від надмірної деталізації: замість сільської хати на сцені – символічна декорація, замість праці – її імітація, замість свійських тварин і птиці – переодягнені в них актори. За допомогою яскравого українського одягу, бутафорних атрибутів та декорацій, виконаних із різних матеріалів, передався епохальний дух твору. Таким чином, глядач асоціює побачене із власним візуальним досвідом, отже, конфлікт твору перестає сприйматися як щось минуле, віддалене в часі. Кожен глядач стає учасником подій, що відбуваються на сцені, виникає тісний емоційний зв'язок між акторами та глядачами. Лише синтез цих мистецтв дає можливість візуалізувати події, прожити їх, розкрити характер героїв саме так, як в реальній дійсності – через систему вчинків, емоційні стани, процеси мислення тощо [3, 30].

Отже, педагогічна інтеграція – це доцільно організований зв'язок однотипних частин і елементів змісту, форм і методів навчання в рамках освітньої системи коледжу, що веде до саморозвитку особистості вчителя початкових класів в нових органічних взаємозв'язках.

Список використаної літератури

1. Білан Т. Мова театрального мистецтва в контексті етнокультурного виміру / Т. Білан // Рідне слово в етнокультурному вимірі. – 2002. – 2012. – С. 277-282.
2. Наливайко Д. Компаративістика в системі літературознавчих дисциплін // Наливайко Д. Компаративістика й історія літератури. – К.: «Акта», 2007. – С. 31.
3. Наливайко Д. С. Сучасна літературна компаративістика: Аспекти й тенденції / Дмитро Наливайко // Слово і Час. – 2007. – № 5. – С. 28 – 30.

А. Ю. Коломієць

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ В ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВІ

Для позначення нових стратегій світового регулювання соціостатевих відносин у суспільних науках виник термін «гендер» та було започатковано гендерні дослідження. Вони мали на меті аналізувати відносини між жінкою та чоловіком, визначати їхні характеристики через спільне й відмінне, розкривати ролі статей, конструктив фемінності та маскулінності тощо [5, 278].

Гендер репрезентує соціальні і «культурні маски статі» у межах тих чи інших соціокультурних уявлень, що закріпились у певному суспільстві. Зокрема, в літературознавчій енциклопедії Ю. Коваліва розглянуто поняття «гендер» «як рольові, зумовлені впливом соціуму особливості поведінки представників обох статей, зафіксовані у поняттях «фемінність» (жіночість) і «маскулінність» (чоловічість), тлумачення яких відрізняється від біологічного трактування статі [1, 215]».

Гендерне літературознавство постає на засадах психоаналізу, марксизму, культурного матеріалізму, антропології та структуралізму, базується і використовує теоретичний апарат постструктуралізму, зокрема концепції Ж. Дельоза, Ж. Деріди, Ж. Лакана, М. Фуко. Методологічною основою гендерних досліджень у літературознавстві є концепція суб'єкта, теоретичні основи якої закладено в роботах В. Вулф «Друга стаття», з її ідеєю «іншого», у дослідженнях Ю. Крістевої, Л. Ірігарай, Ж. Дерріди, Ж. Лакана, де було розкрито особливу роль жінки в оформленні структури свідомості людини. Ю. Крістева, синтезувавши в своїх роботах концепцію Лакана і Дерріди, відмовившись від опозиційності чоловічого/жіночого, від ієрархії, що утвердилася в традиційній культурі, у структурі гендерного суб'єкта, сформулювала теорію подвійної детермінованості суб'єкта, відповідно до якої людина постає у боротьбі двох початків: семіотичного і символічного. У цьому разі йдеться про інший тип людської свідомості, людини не як індивіда, тобто цілісного, нероздільного суб'єкта, а як фрагментованої, розірваної, сум'ятної, позбавленої цілісності людини Новітнього часу [1, 23].

У контексті сучасного українського літературознавства у ґрунтовній монографії «Психоаналіз і літературознавство» Н. Зборовська вперше формулює чітку дефініцію: «Гендерне літературознавство спрямоване на вивчення соціальних і культурних конфігурацій жіночого та чоловічого, різних форм сексуальності у літературних текстах [4, 294]».

Об'єктом гендерного літературознавства вчені визначають гендерну картину світу, засновану на стереотипах маскулінності і фемінності, специфіку авторської свідомості, що визначається гендерною ідентичністю, особливу позицію автора – чоловіка або жінки – та його героїв, жанрову систему, що також має гендерне вимірювання. Об'єкт досліджень, що безперервно розширюється, стимулює розробку критеріїв ідентичності, де головну роль виконує не біологічна стать автора, а його гендер і художня своєрідність його творів. На означення понять «жіночість», «чоловічість» вітчизняне літературознавство сприйняло і використовує конкретні, вільні від емоційних наросувань терміни «фемінний» і «маскулінний» як культурно осмислені відмінності жінок і чоловіків [1, 24].

Дослідники віднаходять найхарактерніші стереотипи, що дозволяють уявити собі культурне наповнення антиномії «маскулінність» – «фемінність» у різних пластах художньої свідомості. Це виражається в тому, що багато непов'язаних зі статтю понять і явищ (природа, культура, стихії, кольори, божественний чи потойбічний світ, добро, зло і багато іншого) асоціюються з «чоловічим/маскулінним» або «жіночим/фемінним» началом. У результаті, виникає символічне значення «жіночого» і «чоловічого», «чоловіче» ототожнюється з Богом, творчістю, світлом, силою, активністю, раціональністю (і, відповідно, бог, творчість, сила і інше символізують маскулінність, чоловіче начало). «Жіноче» асоціюється з протилежними поняттями і явищами – природою, тьмою, пусткою, підпорядкуванням, слабкістю, безпорадністю, хаосом, пасивністю, які, у свою чергу, символізують фемінність, жіноче начало [2].

Класифікація світу за ознакою маскулінне/фемінне і статевий символізм культури відображають і підтримують існуючу гендерну ієрархію суспільства в широкому значенні слова і тому широко відображаються в художній літературі. Виникає питання про можливість виявлення співвідношення фемінного/маскулінного у характерах героїв та авторів художніх творів, тобто визначення їх гендерної ідентичності, типології характерів письменників, як жінок, так і чоловіків [1, 23].

Таким чином, постають базові поняття гендерного літературознавства: фемінне і маскулінне письмо. Г. Улюра у тексті доповіді «Деякі міркування щодо базових понять гендерних студій з літературознавства» зауважує, що потрібно розрізняти поняття жіноча

література, жіноча проза і жіноче (фемінне) письмо, стосовно використання яких авторка відзначає мішанину. Дослідниця каже, що жіноча література розглядається у межах жіночих студій, жіноча проза – феміністичною критикою. «А отже, на долю гендерних студій з літературознавства припадає поняття жіноче письмо, а точніше фемінне (із аналогом – маскулінне). Вивчення фемінних і маскулінних практик з опертям на методологію деконструкції (тобто предмету і методології гендерних студій), приводить до передбачуваного висновку про те, що не обов'язково бути біологічною жінкою, щоб творити жіноче письмо [6]».

Узагальнюючи сучасний стан теоретичної розробленості питань гендерного літературознавства, не можна не відзначити втрат у тій його частині, що орієнтована на стиль західної практики. Українського читача відлякує її зухвала для українського вуха термінологія. Але за незвичними термінами постає цілком зрозумілий зміст. Введене Л. Ірігарай поняття «вагінального символізму», на відміну від «символізму фалічного», визначається через множинність, децентрованість, дифузність значень і синтаксичної структури.

Отже, гендерний підхід враховує гендерну диференціацію, виявляє субтексти, що відображають символи жіночого і чоловічого досвіду, а також дозволяє деконструювати, здавалося б, непорушні поняття. Гендерна інтерпретація дає змогу проаналізувати твори з погляду уявлень про «фемінність» і «маскулінність», які, своєю чергою, є конструктами культури і невпинно еволюціонують в історичній перспективі [3, 83].

Список використаної літератури:

1. Гончар Ю. Гендерний аналіз художньо-образного світу Шевченка в контексті європейської романтичної традиції / Ю. Гончар. – Черкаси, 2007. – С. 22 – 25.
2. Гончар Ю. Гендерний аспект сучасного українського літературознавства / Ю. Гончар. – Захід – Схід. – №7. – 2009. – Режим доступу: <http://www.zahid-shid.net/index.php?rt=akt&num=7&start=6>
3. Грицак Н. Базові концепції та ідеї гендерної теорії / Н. Грицак. – Стратегічні пріоритети. – № 1. – 2006. – С. 79 – 87.
4. Зборовська Н. В. Психологія і літературознавство: [посібник] / Н. В. Зборовська. – К.: Академвидав, 2003. – 392 с.
5. Лешанич С.С. Сучасна гендерна теорія розвитку гендерних відносин в Україні / С.С. Лешанич. – Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – №8. – 2012. – С. 274–278. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/aprer_2012_8%281%29__47
6. Улюра Г. Теоретико-методологічні засади гендерних студій з літературознавства / Г. Улюра; За ред. В. Л. Погребної. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2008. – Режим доступу: <http://feminism-ua.livejournal.com/475581.html>

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Мірошник О. Ю.

С. С. Марчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СПЕЦИФІКА ХУДОЖНЬОГО ВІДОБРАЖЕННЯ ЖІНОЧОЇ ПСИХОЛОГІЇ У РОМАНІ «ЩОДЕННИК СТРАЧЕНОЇ» МАРІЇ МАТІОС

У 90-х – 2000-х в українському літературознавстві посилилася увага до нових, нетрадиційних методів дослідження художнього тексту. Зокрема психоаналіз, яким в Україні після довгого замовчування активно стали послуговуватися на початку 90-х років ХХ ст., справді дає величезні можливості для таких досліджень. Застосування психоаналітичної методології знаходимо в працях В. Агеевої, Т. Гундорової, О. Забужко, Н. Зборовської, Г. Левченко, М. Моклиці, А. Печарського, С. Пригодія, С. Михиди та ін. Для більшості з них застосування цього методу дало змогу відкрити нове бачення творчості відомих письменників, зокрема, Т. Шевченка, Лесі Українки, В. Винниченка та ін. Творчість сучасних українських письменників також стала об'єктом психоаналітичних інтерпретацій багатьох дослідників

(О.Забужко, С.Процюк, ЄПашковський, М.Матіос, С.Жадан та ін.), оскільки їхні твори засновані на глибинних рефлексіях над власним індивідуальним і колективним позасвідомим.

Одним із цікавих підходів до вивчення літературного твору, особливо сучасного періоду, є юнгівське літературознавство або ж архетипний аналіз. Вчення про архетипи належить швейцарському ученому К.-Г. Юнгу, який започаткував розгляд художнього тексту з позицій глибинної психології. Основне своє завдання аналітик вбачав у тому, щоб виявити елементи колективного несвідомого. Для літературознавства концептуальне значення має його вчення про архетипи. К.-Г. Юнгу належать також вчення про психологічний та візіонерський типи творчості, інтровертну та екстравертну авторські позиції; цікавими є міркування про жіночу психологію творчого процесу. Поряд з образами, символами, архетипами вони також можуть бути об'єктами психоаналітичної інтерпретації літературного твору [1].

Теоретичні концепції психоаналітичної теорії К.-Г. Юнга цікаво застосувати для літературознавчого аналізу творчості сучасної української письменниці Марії Матіос, а саме її твору «Щоденник страченої», адже тут розгортається психосемантичне тло для дослідження внутрішнього буття жінки. Вважаємо, що авторка роману «Щоденник страченої» спроектувала жіноче несвідоме у творчість, передала його мовними категоріями, використавши специфічну форму сповідальності. Письменниця, обравши для свого твору жіночу нарративну модель письма, порушує традиційно жіночі теми: гендерних стосунків, нереалізованості жінки у суспільстві. Представниця сучасної української жіночої прози М. Матіос заглиблюється у феміністичний контекст проблеми буття, водночас опікується загальнолюдськими й національними питаннями. Драматизм тексту М. Матіос увиразнює її потяг до гостросоціального письма, показує стурбованість авторки долею людини, майбутнім людської цивілізації. Декларована авторкою жіноча суб'єктивність та індивідуалізація письма, як зазначає Тетяна Тебешевська, ще раз «наголошує на можливості жінки в сучасному літературному просторі наполягати на своєму праві говорити й мати власну думку, творити художній світ жінки з позицій жінки» [2, 55].

У «Щоденнику страченої» спостерігається деталізація у зображенні внутрішнього світу жінки, пов'язана із психологізмом «жіночого письма», вираженим у передачі нюансів жіночого типу мислення, внутрішнього світу жінки, порухів її душі, фіксуванням свідомих і підсвідомих бажань тощо. Використання жанрових форм щоденника, нотаток, спогадів, сповіді, снів як характерних прийомів розкриття внутрішнього світу героїнь і форми їх самовиявлення, а також виклад частин тексту у формі коментарів, авторських відступів, зумовлені внутрішньою потребою письменниці висловитися безпосередньо й відверто, що теж є ознакою жіночого письма. Письменниця відзначає, що її книга – це «Жіночий літопис». Наголошує вона на цьому не випадково, оскільки сучасна жіноча проза позначена зверненням авторів саме до проблем жінки, її самоідентифікації, буття у світі чоловіків. Тільки жінка може тонко вловити і відтворити своєрідну історію жіночої пристрасті, самотності, страху, страждань, роздумів і тривалого очікування щастя: «все, що записано в темно-зелену скриню пам'яті під кодом «Жіночий літопис» моє тріпотливе серце пережило і перетерпіло, пересміялося й перехлипало» [3, 15]. У творі М. Матіос доводить, що жінка вміє слухати себе й усе, що трапляється з нею глибоко переживає навіть тоді, коли про це згадує: «Нормальна людина завжди живе якщо не майбутнім, то тільки теперішнім. Зазирання в минуле є способом злодійства, віднімання себе від себе» [3, 19]. Стосовно героїні твору, то взаємопов'язаними є в ній тілесне й духовне, страждання і душевний біль завжди супроводжує «мова тіла», базована часом на кордоцентричному аспекті: «Я таки чую в собі серце», «Я не вмію розписати роботу свого серця навіть за твоєю вказівкою» [3, 43]. «Щоденник» написаний у стилі жіночого письма і пройнятий жіночою логікою, мисленням, екзистенцією і запрограмований передусім на читання жінками. Головна героїня – така собі сучасна Попелюшка, яка займає позицію очікування чоловіка, від якого залежить повнота її щастя. Одним із проклять, що тяжіє над жінкою, Сімона де Бовуар вважає «жіноче виховання» [4, 240]. Виховання жінки прирікає її на пасивну позицію очікування: «Дівчина – це Спляча Красуня, Віслокова шкура, Попелюшка, Білосніжка; та, котра приймає і терпить» [4, 132]. Приблизно таку роль виконує й героїня «Щоденника страченої». Єдиним виходом для жінки в результаті подібного

виховання, як слушно зауважує Віра Агеєва, зостається «жагуча мрія про „прекрасного принца”, про виграш у шлюбній лотереї» [5, 24]. Усвідомлення такої істини приходить до Лариси Ковальчук з досвідом: «Наївні, вони, не підозрюють, що просто в якийсь момент цілком випадковий чоловік і, як правило, цілком випадково, прибирає обличчя уявлюваного тобою царевича» [3, 58]. У «Щоденнику страченої» М. Матіос спромоглася спроектувати жіноче несвідоме у творчість, передати його мовними категоріями, демонструючи власну суб'єктивність. При цьому письменниця використовує форму сповідальності, хоч і не абсолютизує її, яку переслідують думки про суїцид, вона не бачить радості в житті, а лише «повільне чекання повільного вмирання», але саме це головна героїня зрозуміє згодом, після невдалого «загравання зі смертю» та перегляду власного щоденника як суцільного пригадування свого «перетлілого» минулого.

Отже, у творі «Щоденник страченої» вбачаємо психологію «жіночі» творчого процесу. Роман є індивідуальним продуктом творчого процесу авторки, її творча праця бере початок в неусвідомлених глибинах індивідуально-колективного несвідомого. М. Матіос пише про жінку від імені жінки, спроектовує жіноче несвідоме у творчість, і у такий спосіб презентує глибинний психоаналітичний наратив.

Список використаної літератури:

1. Юнг К.-Г. Психологія і література / Юнг К., Нойманн Е. Психоаналіз і мистецтво. Київ, 1996. 325 с.
2. Тебешевська-Качак Т. Художні особливості «Щоденника страченої» Марії Матіос // *Слово і час*. 2006. № 2. С. 54 – 62.
3. Матіос М. Щоденник страченої : роман. Львів : ЛА «Піраміда», 2005. 192 с.
4. Бовуар, Сімона де. Друга стаття / Пер. з франц. : У 2-х т. Київ, 1995. Т.2. 469 с.
5. Агеєва В. Жіночий простір: Феміністичний дискурс українського модернізму : Монографія. Київ : Факт, 2003. 320 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Вертипорох О.В.

Я. В. Пацьора

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МОТИВ «МАТИ-Й-МАЧУХА» В УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ КАЗКАХ

Мотив «мати-й-мачуха» є однією з найцікавіших архетипних систем, що маркована потужним психологічним резонансом та неабияким зацікавленням із боку носіїв різних культур світу і має своє особливе представлення в українському фольклорі. Дослідження образної антиномії «мати-мачуха» в казковій народній прозі дасть можливість репрезентувати сучасному світові інформацію про генетичну пам'ять народу, його культурний досвід, що є міцним знаряддям для пошуку фундаментальних відповідей на питання про життя та смерть, для пояснення драматичних подій сьогодення.

Попри частотну текстову реалізацію мотиву в різних жанрах фольклору, все ж він до цих пір залишається на маргінесах дослідницьких зацікавлень. Якщо світові наукові школи спеціально чи побіжно інтерпретували образну антиномію «мати-мачуха», декодували її смислове наповнення як символи небесних тіл та пір року (міфологічна школа), пояснювали походження образу мачухи з індійських казок про «підмінну дружину» (міграційна школа), проте вітчизняна фольклористика під цим кутом зору не вивчала чарівну «жіночу» казку, спеціально не спрямовувала свої дослідницькі пошуки у цій царині. Мета статті покликана заповнити теоретичну лаку дослідження мотиву в українських народних казках. Предметом нашого дослідження є особливості структури мотиву «мати-й-мачуха», його етапи розгортання.

У результаті дослідження казок «Про дідову та бабину дочку», «Мачуха й пасербиця», «Кобиляча голова», «Про дівчину Марусю», «Про сиріт і лиху мачуху» з'ясовано, що представлений у них мотив «Мати-й-мачуха» побудований на народних стереотипах «рідна мати» і «зла мачуха», сюжетотвірних мотивах – «мати допомагає дитині/мачуха шкодить пасербиці».

Отже, мотив «мати-й-мачуха» налічує п'ять основних композиційних вузлів:

- 1) життя дідової (батькової) дочки без матері;
- 2) складне завдання для пасербиці від мачухи, відокремлення від дому;
- 3) дорога пасербиці: випробування, допомога фантастичних помічників;
- 4) дорога бабиної (материної) дочки;
- 5) перемога над злою мачухою.

Перший етап – *«життя дідової (батькової) дочки без матері»* – є своєрідною експозицією, де ми дізнаємося про родинні стосунки, зв'язок між дочкою і батьком, пасербицею і мачухою. Так, у казці «Про дідову і бабину дочку» [5] мати дівчинки померла, залишивши її лише з батьком, який знайшов собі вдову попри передсмертну заборону дружини. Анна ж із казки «Мачуха й пасербиця» [3] також не мала матері, а тому сповна натерпілася від злої мачухи, яка відвела її в ліс за те, що Сонце визнало її дочку гіршою за пасербицю. На початку казки «Про сиріт і лиху мачуху» [6] описано тяжку долю дітей без матері, де чоловік обрав собі нову жінку, яка змусила його відвести дітей в ліс на згодування вовкам. Казка «Кобиляча голова» розпочинається описом життя дідової дочки, яка страждала від знущань баби. Дівчина Маруся із казки «Про дівчину Марусю» [4] залишилась сиротою і по черзі зі зведеною сестрою пасла бичка, за бабиним наказом постійно ткала й пряла полотно.

Отже, експозиція проаналізованих казок є спільною, адже в кожній з них дівчинка залишається без материної опіки, а батько(дід) бере собі за дружину жінку, яка має/не має рідну дочку, знущається над пасербицею/ жаліє власну дочку.

Другий етап – *«відкріплення від власного середовища»* відбувається різним способом. Дочка з казки «Про дідову і бабину дочку» [5] за сюжетом змушена покинути нестерпне життя в рідному домі та шукати власної долі. У казці «Мачуха і пасербиця» [3] Анну в ліс відвела мачуха, де вона загубилася. У казках «Кобилячій голові» [3], «Про сиріт і злу мачуху» батько, послухавши злу мачуху, веде своїх дітей до лісу. У казці «Про дівчинку Марусю» мачуха дає їй непосильні завдання. Другий композиційний вузол вказує на злу, агресивну мачуху і пасивного батька/діда, який, піддаючись впливу нової дружини, не є захисником рідних дітей.

Третій етап – *«дорога пасербиці»* є випробування для пасербиці, на шляху чого вона зустрічає фантастичних помічників. У пошуках найм (казка «Про дідову і бабину дочку») [5] дівчина зустрічає казкових помічників, наприклад, криницю, яка, віддячивши за допомогу дівчини, стала в пригоді сирітці. У казці «Про дівчину Марусю» помічником для дівчини є бичок. Але одного дня мачуха з дочкою прослідкували за Марусею до поля *«і побачили, що це бичок допомагає Марусі, та й вирішили його зарізати»* [4]. Дівчина дуже засмутилась, але бичок порадив їй закопати його кісточки *«під двором за ворітьми»* [4]. Мати в образі яблуньки допомагає доньці зустрітись з судженим. У казці «Мачуха і пасербиця» [3] Анна, блукаючи в лісі, натрапляє на хатину лісорубів, в яких і лишилася господинею.

Як і у всіх казках на нелегкому життєвому шляху дівчини-сирітки трапляються чарівні помічники, які символізують образ матері, допомагають головній героїні в нелегкій справі.

Четвертий композиційний вузол з'являється за умови наявності рідної дочки у мачухи. Так, цей етап присутній у казці «Кобиляча голова». Побачивши успіхи нерідної дочки, баба посилає свою в найми, але внаслідок байдужості бабина дочка залишається ні з чим, а через непослух взагалі гине.

П'ятий етап – *«перемога над злою мачухою»* має різні форми представлення у казках. Так, мачуха в казці «Мачуха й пасербиця» [3] все ж не мала спокою, а тому в цьому варіанті казки намагалася вбити нерідну дочку, однак загинула від рук розбійників. Під час найбільшого загострення дії твору читач дізнається про щасливу долю батькової дочки з твору «Про сиріт і лиху мачуху» [6], де дівчина виросла і сподобалася королевичу. Ідентично за сюжетною структурою мачуха намагається знищити щастя пасербиці, зачарувавши яблука, які понесла до палацу. Казка «Про дідову та бабину дочку» завершується поразкою мачухи та щасливим кінцем для пасербиці, яка вийшла заміж, *«а бабина й досі дівує та гордує»* [5]. Отже, у кожній проаналізованій казці мачуха намагається завадити щастю пасербиці, а натомість віднайти хорошу долю своїй ледачій доньці. Проте за «правилом бумеранга» зло повертається, тому у казках гине або мачуха, або ж її непутяща дочка.

Отже, мотив «мати-й-мачуха» в українських казках має свою оригінальну структуру розгортання, яка побудована на двох паралельно протилежних діях: перша пов'язана з випробуванням та винагородою дідової дочки, а друга – з випробуванням та покаранням бабиної або ж самої мачухи. Антитеза зображення найкращих рис сирітки та найгірших – бабиної дочки традиційно розкривається в мотивах випробування дівчат працею, дорогою. Перший шлях розгортається від смерті («мачуха випробовує пасербицю») до відродження («мати допомагає дочці»); другий – від життя до смерті.

Список використаної літератури

1. Пуларія Т. В. Жіночий архетип у міфопоетичній традиції української культури (на матеріалі народної культури Середньої та Нижньої Наддніпряни): автореф. дис. ... канд. культурології : 26.00.01 / Пуларія Т. В.; МОНУ; Таврійський нац. ун-т ім. В. І. Вернадського. – Сімферополь, 2011
2. Кобиляча голова [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rozvyvajko.com.ua/kazky/ukrajinski-narodni-kazky/kobylyacha-holova/>
3. Мачуха й пасербиця [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://rozvyvajko.com.ua/kazky/ukrajinski-narodni-kazky/machuha-i-paserbytsya/>
4. Про дівчину Марусю [Електронний ресурс] – Режим доступу: progidne.org/Українські%20народні%20казки/Про%20дівчину%20Марусю.html
5. Про дідову і бабину дочку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://kazky.org.ua/zbirky/javorova/didova-doczka-j-babyna-doczka>
6. Про сиріт і лиху мачуху [Електронний ресурс] – Режим доступу: progidne.org/Українські%20народні%20казки/Про%20сиріт%20і%20лиху%20мач...

Науковий керівник: к. філол. н., старший викладач Корецька М. В.

В. В. Петриченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМАТИКА ТА ЖАНРОВО-СТИЛЬОВІ ОСОБЛИВОСТІ РОМАНУ «СОЛОДКА ДАРУСЯ» МАРІЇ МАТІОС

У статті проаналізовано специфіку жанрово-стильових і проблемно-тематичних особливостей твору Марії Матіос «Солодка Даруся».

Ключові слова: історія, жанр, драма, роман.

Марія Матіос – одна з найвідоміших сучасних українських письменниць. Вона є лауреаткою Національної премії України імені Тараса Шевченка, яку отримала за роман «Солодка Даруся» у 2005 році.

Твір «Солодка Даруся» – це українська історія 30–70-х років ХХ століття, що відбувалася на буковинських і галицьких територіях.

Творчий здобуток М. Матіос став об'єктом досліджень Я. Голобородька [1], Г. Павлишина [6], С. Жили [2], І. Насмінчук [4], Р. Харчука [7] та інших. **Метою статті** є з'ясування проблематики та специфіки жанрово-стильових особливостей роману «Солодка Даруся».

За жанром твір «Солодка Даруся» є роман. Сама ж письменниця наголошує, що це – роман-драма. На думку Р. Харчука, це «не драматичний твір, що складається з трьох дій, а роман, що має три частини, тісно між собою пов'язані» [7, 69]. Повна назва твору «Солодка Даруся. Драма на три життя».

Кожна частина «драми» має свою назву. Перша називається «Даруся» (драма щоденна). Друга – «Іван Цвичок» (драма попередня). Третя – «Михайлове чудо» (драма найголовніша).

Про різноманітність жанру твору влучно пише Д. Павличко: «Повість, за сюжетом – новела, за шириною охоплення історичних подій – роман, за насиченням оповіді діалогами, прямою мовою – п'єса» [5, 6]. Можемо доповнити цей ряд іншими, за словами дослідників, жанрами, адже твір має ознаки новели, повісті, роману, психологічної драми, «драми на три життя», або ж «моральне застереження-забобон».

М. Матіос у романі «Солодка Даруся» вдало поєднала епічне та драматичне начала. Різновид є соціально-психологічний роман, написаний в стилі реалізму. Хоча Г. Павлишина

стверджує про поєднання стилів, указуючи, що «маємо на дивовиж «свіжу» прозу, де синтезовано колорит місцевого буковинського фольклору з елементами імпресіонізму, сюрреалізму й екзистенціалізму» [6, 7].

Передусім роман уважають соціальним, тому що у творі розкрито трагедію не тільки однієї сім'ї Ілащуків – Михайла, його дружини Матронки та доньки Дарусі, а й – усього буковинського народу, який був понівечений НКВДистами в період окупації радянськими військами Західної України.

М. Матіос психологічно описала душевний стан Дарусі від самого дитинства і до дорослого життя. Дівчинка, яка не говорила, з якої завжди односельчани тільки насміхалися та називали «солодкою», маючи на увазі, що вона ніби «нерозумна». Ми прочитаємо опис того болу у серці Дарусі на образи, знехтування, відторгнення: «Страшні болі лише тік води міг спинити, люди дивувалися Даринці, вони не розуміли, що вона рятує себе, як може. Вони не вміли розуміти чуже горе, їхні черстві серця ще горітимуть у пеклі, а Даруся – людина Божа, вона може вільно з Богом говорити, а з людьми ні! Лише з Богом і з батьком, який лежить у ямі, а над ним хрест почепили, бо давно вмер він, а вона може з ним говорити... Люди думають, що вона німа, а вона лише цінує кожне слово, вона знає ціну мовчання...» [3, 45]. Як тонко передає емоційний стан Дарусі письменниця, порівнюючи з християнським образом Марії, з її ніжним та добрим серцем.

Тому першою і, мабуть, однією з найголовніших проблем є ставлення людей один до одного, їхня зневага та жорстокість. Даруся бачить суспільство, яке «не має смальцю в голові» [3, 53]. Вона не чекає від людей допомоги, адже вони самі собі не здатні допомогти.

Широко висвітлена проблема кохання, розчарування та страждання з героєм роману, якому М. Матіос присвятила другу частину, Іваном Цвичко, чоловік із незначною фізичною вадою, через яку погано говорить. Люди так само вважають його дурним, адже він голосно говорить про вади суспільства, які інші розуміють як звичайні явища. Його несподіване щастя з Дарусею не дає спокою односельцям: «Хіба нормальна людина буде отако сидіти посеред білого дня і слухати, як дурний у дримбу грає?..Господар не для того, щоби у дримбу жінці грати» [3, 79].

У третьому розділі роману під назвою «Михайлове чудо. Драма найголовніша» простежуємо і найголовнішу проблему твору – це західноукраїнська історія в період 30-70-х рр. ХХ століття, це знущання енкаведистів над людьми, нелегкий час не тільки на Буковині, а і на всій території України. Маленька Даруся за цукерку-півника довірливо розповідає офіцерові про татову допомогу нічним гостям-партизанам, за що мати прокляла її, а сама повісилася. Дівчинка відразу стала сиротою з скаліченим дитинством, а як наслідок, і життям.

Отже, з огляду на стиль, особливості жанру, різноплановій проблематиці можемо наголошувати, що М. Матіос написала довершений, глибоко-емоційний роман, який заслуговує неабиякої уваги та подальших досліджень.

Список використаної літератури:

1. Голобородько Я. Соціумний інтер'єр чи психологічний дизайн? : (художні дилеми Марії Матіос) / Я. Голобородько // Слово і Час. – 2008. – № 12. – С. 81-85.
2. Жила С. «Трагедія, адекватна історії» : романи Марії Матіос «Солодка Даруся» та читацька конференція за цим твором / С. Жила // Українська мова в загальноосвітній школі. – 2007. – № 3. – С. 6-12.
3. Матіос М. Солодка Даруся. Драма на три життя / М. Матіос. – Л. : Піраміда, 2005. – 176 с.
4. Насмінчук І. Проза М. Матіос : особливості індивідуального стилю : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.01 «Українська література» / І. Насмінчук. – Івано-Франківськ, 2009. – 16 с.
5. Павличко Д. Безодня, куди страшно заглядати / Д. Павличко // Літературна Україна. – 2005. – № 2. – 20 січня. – С. 6.
6. Павлишин Г. Дискурс прози М. Матіос: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.01.01 «Українська література» / Г. Павлишин. – Чернівці, 2012. – 20 с.
7. Харчук Р. Марія Матіос : між традицією і стилізацією / Р. Харчук // Сучасна українська проза: Постмодерний період : [Навчальний посіб.]. – К. : ВЦ «Академія», 2008. – С. 68-73.

Науковий керівник: д. філол. н., професор Кавун Л. І.

ЛІТЕРАТУРНЕ КРАЄЗНАВСТВО ЯК НАУКОВА Й НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА ПРОБЛЕМА

Література рідного краю є важливою та неодмінною частиною наукових робіт у царині науки. Крім цього, це складова літературної освіти учнів, студентів, доповнення до планів і програм загальноосвітніх закладів та закладів вищої освіти.

Проаналізувавши навчальні програми освітніх установ, ми з'ясували, що години з уроків літературного краєзнавства виділені у кожному класі, а у програмах ЗВО до навчально-методичного плану включені спецсемінари з літератури рідного краю. На нашу думку, причиною такої уваги до курсу є те, що ця дисципліна має великий і потужний навчально-виховний потенціал. А одним із завдань упровадження літературного краєзнавства у шкільний/студентський навчально-виховний процес є активізація інтересу молоді до цього важливого аспекту літературної освіти, надання їй необхідних знань із літератури рідного краю. Вивчення такої літератури сприяє осмисленню історії рідного краю, його духовного життя, національних традицій, формуванню національної свідомості, патріотизму і є могутнім виховним засобом, що стимулює самовдосконалення і саморозвиток особистості учнів. Для них приклад вихідця з рідного краю слугує дієвою моральною школою.

Історія літературного краєзнавства в Україні нараховує вже майже два століття, вивід його ведуть від часів виникнення періодичної преси в Харкові, Києві, Одесі, а згодом і в інших містах. Також серед науковців є думка, що дотично проблему літературного краєзнавства розглядали ще в добу античності. Так, наприклад, вважає Т. Волинець. Вона зазначає, що основи майбутньої теорії літературного краєзнавства є дуже давніми і їх започаткування варто розглядати з часів античності. Важливими в аспекті аналізу досліджуваної проблеми є праці філософів — Аристотеля, Ф. Гегеля, І. Фіхте. Помітно вирізняються серед інших філософів праці нашого земляка Григорія Сковороди (XVIII ст.). Його байки як повчальний засіб сюжетами та системою образів максимально наближені до життя та пов'язані з народною педагогікою. Плідним на наукові дослідження було XIX століття. Воно представлене працями М. Грушевського, М. Драгоманова, С. Русова., В. Антонович.

Вивчаючи праці науковців, прийшли до висновку, що в них розглядалися лише окремі аспекти порушеної проблеми. Та незважаючи на дотичність до поставленої проблеми, вчені запропонували методіку вивчення літератури, що передбачала широку і ґрунтовну літературно-краєзнавчу діяльність як основу тлумачення, роз'яснення літературних творів, умову усвідомленого засвоєння вихованцями змісту твору письменника. Отже, період із часів античності до II-ї половини XIX століття визначаємо як такий, у процесі якого відбувалося формування основ майбутньої теорії літературного краєзнавства, тобто його розвиток.

Проблема вивчення літературного краєзнавства актуальна й у XXI столітті. Значно активізувалося осмислення науково-методичної проблематики літературного краєзнавства в українській науковій періодиці XX-XXI століть. У цей час з'являються журнали «Дивослово», «Українська література у загальноосвітній школі», «Урок української» тощо. Яскраво представлені в цей період праці Є. Пасічника, В. Шуляра, Г. Токмань, В. Поліщука, П. Ротач, В. Неділько та інших. Погоджуючись із думкою Є. Пасічника, ми зазначаємо, що літературне краєзнавство допомагає наблизити письменника до читача, активізувати позакласну роботу з літератури, дає цікавий матеріал для з'ясування зв'язків письменників з іншими народами з Україною. Крім цього, воно відіграє велику роль у формуванні патріотичних почуттів сучасної молоді.

Література рідного краю меншою чи більшою мірою представлена в кожному регіоні України. Що стосується Черкащини, то вивченням питання літературного краю в цьому регіоні займаються науковець В. Поліщук, В. Пахаренко, В. Коваленко та інші.

Краєзнавцями Черкащини написано сотні книг, тисячі статей і заміток літературно-краєзнавчого змісту. У них розкривається багата історія Шевченківського краю. Дуже важливим є те, що велике духовне багатство стало надбанням для нових поколінь. На наше переконання, головна місія літкраєзнавства — це прилучення дітей і молоді до матеріальних і духовних скарбів рідного краю. Акцентуємо увагу і на тому, що для цілеспрямованої та ефективної роботи з літературного краєзнавства потрібна системність, і послідовність, обізнаність вчителів-словесників, викладачів-філологів із фактологічною й навчально-методичною базою в цій галузі знань.

Список використаної літератури:

1. Пасічник Є. А. Літературне краєзнавство у школі. - К, 1965. - 134 с.
2. Поліщук В., Поліщук М. Література рідного краю. - Черкаси, 2013. - 512 с.
3. Токмань Г. Якщо мій досвід знадобиться... Уроки позакласного читання й літератури рідного краю // Урок української. - 2006. - №1-2. - С.33-35.
4. Шуляр В. Теоретико-методичні засади уроків літератури рідного краю // Українська література в загальноосвітній школі.- 2006.- №7. - С. 21-24.
URL:https://www.narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/8/statti/2volinec.htm

Науковий керівник: д. філол. н., професор Поліщук В. Т.

А. Г. Свитка

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПАФОС У ХУДОЖНЬОМУ ТВОРІ ЯК ЛІТЕРАТУРОЗНАВЧА ПРОБЛЕМА

Протягом останніх років літературознавство переживає термінологічний бум: нові поняття увійшли в науковий вжиток і не бажають поступатися місцем в академічних розвідках термінам усталеним. Чи не тому поруч із «дискурсом», «наратором» існують традиційні поняття – «фабула», «пафос» та інші.

Проблемі пафосу завжди приділяли чимало уваги. Залежно від епохи в цей термін вкладали різні значення. Вперше його було вжито в античному красномовстві. Аристотель розробив категорію пафосу, зараховуючи його до компонентів риторики, що позначав піднесену пристрасть промови оратора.

Згодом у німецькій естетиці було сформульовано розуміння пафосу як сукупності певних людських пристрастей. Й. Ф. Шиллер у пафосі з'єднав три елементи: страждання, етичну висоту страждаючої істоти і її боротьбу зі стражданням. Він вважав, що «кінцева мета мистецтва – відтворення внутрішнього життя людини» [6, с. 75]. Подібна тенденція тлумачення пафосу виявилася істотною для Г. Гегеля, який визначив поняття пафосу як справжнє царство мистецтва. За його словами «пафос хвилює, тому що в собі і для себе він є могутньою силою людського існування» [3, с. 485].

Якщо взяти до рук відомі літературознавчі праці, то також можна натрапити на різні визначення. Так у літературознавчому словнику-довіднику за редакцією Р. Гром'яка і Ю. Коваліва пафос визначено «як натхнення та пристрасне переживання душевного піднесення, що неможливе без внутрішньої переконаності автора» [4, с. 541-542]. В підручнику з теорії літератури О. Галич, В. Назарець та Є. Васильєв визначають пафос «як тип емоційного світовідчуття, що окреслюється у творі й мотивує ідейну визначеність авторського ставлення до зображуваного» [2, с. 137].

Пафос найчастіше пов'язаний з категорією конфлікту, він втілюється у розвинутому характері персонажа (герої драматичних поем Лесі Українки), може бути представлений і в інших компонентах зображення (пейзаж, обставини тощо), відображати тенденції певного літературного утворення («Празька школа»). В. Пахаренко зазначає, що «виявом авторського патосу у творі є патетичність. [...] Саме вона визначає цілий спектр виразально-зображальних засобів твору» [8, с. 97]. Іноді митець вдається до нарочитої непатетичності, щоб підкреслити своє негативне ставлення до псевдопатетичності, дуже популярної в останній час.

Проблему класифікації пафосу широко досліджував Г. Поспелов, на його думку, не лише окремих художній твір має свій пафос, а і вся творчість того чи іншого автора, навіть цілі епохи в мистецтві. Г. Поспелов зазначає, що «письменники зазвичай зосереджуються на якихось одних сторонах зображуваних характерів і відносин, підсилюючи і розвиваючи їх [...] звідси і пафос твору може бути переважно героїчним, трагічним і т. п.» [9, с. 113].

Більшість літературознавців виокремлюють декілька видів пафосу залежно від типу емоційної визначеності. Так, **героїчний**, це той, що позначає втілення в одній особі великих, національно-прогресивних прагнень. **Романтичний** пафос стає основою ситуацій, коли реалізація певного ідеалу неможлива. **Драматичний** пафос виникає у творах під впливом зовнішніх обставин, що загрожують прагненням персонажів. Пафос **трагічний** з'являється в зображенні нерозв'язних протиріч між вимогами життя і неможливістю їх здійснення. На противагу у **гумористичному** пафосі відображені прояви оптимістичного та кумедного у персонажах та ситуаціях. У **сентиментальному** пафосі вкладено зворушливе зображення, високоморальних особистостей, що найчастіше соціально принижені або пов'язані з аморальним середовищем.

Системності в розумінні пафосу надає М. Кодак, зауважуючи його «виняткову злитість» із внутрішнім життям митця, нероздільність у «його змісті ідейного й емоційного начал» [5, с. 16]. Саме з пафосу вчений розпочинає осягнення системи поетики літературного твору, подібно до Г. Клочка, що вбачає у пафосі «системотворчий фактор художності» [7, с. 245].

Отже, пафос є визначальною умовою художності твору, його здатності впливати на свідомість читача, спонукати співпереживати авторові чи героям твору. Згрупувавши існуючі нині теорії, можна визначити пафос творчої думки письменника та його твору **як сформовану світоглядною концепцією автора філософсько-естетичну категорію змісту літературного твору, що виражає осмислення й оцінку автором реальної та зображеної у творі дійсності, яка стає тим самим домінантним тоном літературного твору.**

Список використаної літератури:

1. Галич О., Назарець В., Васильєв Є. Теорія літератури : підручник. Київ: Либідь, 2008. 488 с.
2. Гегель. Лекції з естетики. СПб: Наука, 1999. – 622 с.
3. Уклад. Гром'як Р., Ковалів Ю. та ін. Літературознавчий словник-довідник. Київ: ВЦ «Академія», 1997. 752 с.
4. Кодак М. Поетика як система : літ.-крит. нарис. 2-ге вид., доповнене. Луцьк : Твердиня, 2010. 176 с.
5. Шиллер Ф. Про патетику / Зібрання творів в 7 т. : Статті з естетики: пер. с нім. Л. Лозинська. Москва : Гослитиздат, 1957. Т.6. 782 с.
6. Клочек Г. Енергія художнього слова : зб. ст. Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2007. 448 с.
7. Пахаренко В. І. Українська поетика : навч. посібник. 3-е вид. доповнене. Черкаси : Відлуння-Плюс, 2009. 400 с.
8. Поспелов Г. Н. Вступ до літературознавства. Москва : Просвещение, 1988. – 528 с.

Науковий керівник: д. філол. н., професор Пахаренко В.І.

Ю. І. Скорик

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НАУКОВЕ ТРАКТУВАННЯ ІСТОРІЇ МИКОЛОЮ ГОГОЛЕМ

Гоголівська історія майже завжди зачіпає сучасність за допомогою звернення до культурних і політичних проблем тогочасної Росії та України. В історії Гоголь акцентує проблеми, що мали важливе значення і для сучасної йому України. Як для письменника, чие зацікавлення історією було вельми багатим і різноманітним, Гоголеве твердження про те, що він ніколи не відчував потягу до минулого, а завжди був перейнятий сучасністю, вражає своєю загадковістю [2, с. 158]. Але крім того, що це твердження відображає настрої Гоголя кінця 1840-х років, воно насправді правильно вказує на природу історичних зацікавлень митця, які стосувалися актуального становища культури, у якій він жив.

Як пише Е. Бояновська, «Гоголь-історик – як і Гоголь-письменник – зіграв до кінця стереотипну роль «хитрого» українця. Він висловлював ризиковані ідеї, доповнюючи їх жєстами прийняття офіційної ідеології і підтримуваної ним позиції добропорядного інженєру, який іноді, можливо, й помиляється» [2, с. 162].

Перед вступом на посаду в Санкт-Петербурзькому університеті Гоголь між кінцем 1833 року і березнем 1834 року вперто домагався посади профєсора загальної історії у щойно сформованому Київському університеті. Створений на базі польських освітніх інституцій, які були ліквідовані після Листопадового повстання, Київський університет був покликаний протидіяти польським впливам в Україні та сприяти її русифікації. Більшість біографій Гоголя згадують цей епізод побіжно, але він являє собою вирішальний момент у його житті. Невдача з отриманням посади в Києві відвернула Гоголя від повернення в Україну, яке він планував від середини 1833 року, і штовхнула його, врешті-решт, в «обійми культури російської метрополії» [4, с. 90]. У першу чергу письменник так прагнув цієї посади, оскільки вона б дозволила йому присвятити себе, разом із М. Максимовичем, етнографічній роботі в Україні. Ідея переїзду до Києва прийшла до Гоголя водночас із глибоким зацікавленням у царині етнографії, історії та літератури. Зокрема, митець сподівався, що переїзд до Києва сприятиме праці над історією України, яку він розпочав ще перед тим, як його робота в Києві стала можливою.

Модерна російська історіографія, яка прийшла на зміну попередній літописній традиції, народилась у XVIII столітті. Вона була відкрита німецькими вченими, пов'язаними з Російською академією наук, і такими росіянами, як В. Татіщєв, М. Ломоносов і М. Щєрбаєв. Модерна історіографія прагнула пояснити сукупність минулого соціального життя, враховуючи економічні, географічні та етнографічні чинники [2, с. 81]. Жоден із російських історіографів не зумів створити безперервну та повну історію Росії, а їхні спроби не можна було вважати по-справжньому модерними у прямому значенні.

Активна у формуванні ідеї самої нації, історія також стала підґрунтям для націоналістичної літератури тієї епохи. Оскільки російська етнографія та колекціонування пісень у перші десятиліття XIX століття були в зародковому стані, національно свідомі російські письменники в переважній більшості звернулися до історії. Народні теми та історичні сюжети часто поєднувались, проте російські письменники зосереджували увагу все-таки на історії, на відміну від Гоголя у «Вечорах» [2, с. 83].

Ставши світовою потугою, що поширила свою владу великими просторами Євразії, Росія тепер потребувала культури, яка б утвердила її значення. І все ж культурний рівень Росії був недостатнім для політичного домінування. Світська культура, що народилась у період реформ Петра Першого, наслідувала західні, здебільшого французькі, ідеї, хоча наприкінці XVIII століття з'явилась критика надмірного наслідування і заклики звернутися до тематики місцевих реалій [2, с. 29]. Ця культура значною мірою спонсорувалась, а відтак і контролювалась державою. Велика частина культурних надбань обслуговувала імперську державу, підтримуючи її ідеологію та формуючи її образ. Добрим доказом цього у XVIII столітті є багата традиція од, що уславлювали правителів. На відміну від більшості національних літератур, у яких народна культура проходить через низькі, пародійні жанри, російська література в модерній Росії почала творитись у високих жанрах. Царі пильнували розвиток російської культури, виступаючи в ролі її спонсорів та цензорів [3].

Уряд Миколи Першого пильно стежив за всіма літературними та науковими пошуками в російській історії через очевидну причину їхнього нинішнього політичного значення. Влада схвалювала ті твори, що запалювали вогонь патріотизму і відповідали ідеології офіційної народності та стримувала тих, хто не додержувався цієї доктрини. Автори та видавці піддавались суворим репресіям за пропаганду ідей, які уряд бачив шкідливими [5]. Така доля спіткала і самого Гоголя: його «Тарас Бульба» став російським бестселєром завдяки його помітним антипольським тенденціям, що було схвалєно царським урядом.

Попри спроби наслідування розвиненої Європи, Росія могла протиставити розвиненій і витонченій західній культурі лише її слабку та похідну версію[1]. Національно свідомі,

освічені росіяни переживали почуття культурної неповноцінності в порівнянні зі своїми європейськими колегами. Микола Гоголь відчував це, намагаючись піднести літературу на новий рівень. На нього взорували наступні покоління українських та російських письменників у пошуках художніх форм і прийомів моделювання світу.

Список використаної літератури:

1. Барабаш Ю. Почва и судьба. Гоголь и украинская литература: у истоков / Ю. Барабаш. – М.: Наследие, 1995. – 224 с.
2. Бояновська Е. Микола Гоголь: між українським і російським націоналізмом / Е. Бояновська // пер. з англ. А. Бондар. — К.: Темпора, 2013. – 616 с.
3. Казарин В. Повесть Н. В. Гоголя «Тарас Бульба». Вопросы творческой истории / В. Казарин. – К.: Вища школа, 1986. – 127 с.
4. Кралюк П. Таємний агент Микола Гоголь, або Про що розповідає «Тарас Бульба» / П. Кралюк. – Львів: Видавництво Старого Лева, 2016. – 176 с.
5. Сверстюк Є. Гоголь і українська ніч / Є. Сверстюк. – К.: Кліо, 2013. – 328 с.

Науковий керівник: д. філол. н., професор Пахаренко В. І.

**УКРАЇНСЬКЕ
МОВОЗНАВСТВО**

МОВНИЙ ФАКТОР, ЯК ЕЛЕМЕНТ ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ НА ЦІЛЬОВІ АУДИТОРІЇ

Про вплив на людей за допомогою мови написано значну кількість досліджень. Проте увага дослідників зазвичай прикута до питання, яким саме чином мова застосовується в комунікації для здійснення психологічного впливу. Основна ж увага в даному дослідженні зосереджена на наративі застосування мови, тобто мова позиціонується не як об'єкт-інструмент впливу, а як фактор.

Актуальність теми зумовлена ситуацією в мовній галузі, яка склалася в Україні. Її проблемність полягає в історично сформованому розподілі суспільства за критерієм використання двох домінуючих, і фактично конкуруючих, мов. Ця проблема визначається, як мовне питання. Наразі не існує релевантної та достовірної інформації про пропорції їх використання в країні, але відомо, що розподіл відбувається за регіональним принципом із Заходу на Схід. Саме тому ця проблема зазвичай розглядається в контексті культурного розриву між двома умовними частинами України.

Мова є наріжним каменем в питанні консолідації українського суспільства. Мовне питання неодноразово застосовувалося в різних регіонах на різних рівнях і використовувалося як інструмент для маніпуляцій, як у внутрішньополітичному середовищі, так і ззовні. Проблема має глибоке історичне коріння, а сучасне становище має очевидні витoki. Неспроможність політичної влади, на етапі становлення України, сформулювати державницьку мовну політику і підтримати українську мову в якості загальнонаціональної, вилилося у проблеми від яких страждає сучасне суспільство.

Найвизначнішим викликом для нашої країни на даному етапі є війна на Сході. Однією з першопричин цієї проблеми була культурно-інформаційна незахищеність суспільства тих регіонів, невід'ємною складовою якої є мовне питання. Сучасна влада прийняла до уваги цей гіркий досвід і намагається створити позитивну тенденцію, впроваджуючи різні зміни для виправлення мовної ситуації в країні.

Подальше дослідження визначеної теми повинне дати відповідь на наступні запитання: яким чином мовний фактор може застосовуватись в контексті інформаційного протиборства; які підходи в роботі з цільовими аудиторіями застосовуються під час цього процесу; яким чином сформулювати пропозиції для ефективних (проти-)дій психологічного впливу на цільові аудиторії.

Науковий керівник: к.і.н. Чорногор Я.О.

О. А. Зінченко

Тальнівський економіко-математичний ліцей Тальнівської міської ради

СТРУКТУРНО-МОТИВАЦІЙНІ ОСОБЛИВОСТІ ПОЕТОНІМІВ СУЧАСНИХ ТВОРІВ ДЛЯ ДІТЕЙ ТА ЮНАЦТВА

Важливим функційним складником поезики літературних творів є власні назви, які входять до лексичної категорії тексту. Вони з іншими мовними засобами реалізують авторську концепцію світобачення, сприяють побудові художнього образу. Вони впливають на сприйняття художнього тексту за допомогою конкретних асоціацій, які впливають на розуміння тексту та його декодування. Робота письменника над онімічним наповненням твору передбачає добір складників із реальної онімії, утворення оригінальних онімів на основі наявних моделей та переходу апелювативів до розряду онімів.

Зацікавлення лінгвістів власними назвами у структурі художнього тексту дедалі зростає, про що свідчить поява численних наукових розвідок. Зокрема, стилістичні функції онімів у

художній літературі досліджували Н. Васильєва [2], В. Калінкін [3], Ю. Карпенко [4]; співвідношення ономастикону художнього тексту та реального світу, системність поетичної ономастики та її роль у художньому тексті – М. Бережна [1], В. Михайлов [6], А. Романенко [7], Я. Шебештян [8–9] та ін. Попри досить ґрунтовне дослідження онімного простору художнього твору в сучасній лінгвістиці, і досі існують проблемні аспекти, які потребують подальшого студювання. Зокрема, потенціал онімних одиниць дитячих творів визначено лише частково, не з'ясовано склад, семантику і структуру онімних компонентів дитячих художніх творів, не визначені механізми онімного моделювання, що й зумовлює актуальність обраної теми.

Метою дослідження є структурно-мотиваційний аналіз поетонімів творів для дітей і юнацтва Г. Малик, О. Дерманського та Л. Вороніної.

Літературні оніми утворені найрізноманітнішими способами. Одночленні власні назви – найчастіше лексико-семантичним способом, за якого відбувається онімізація апелювативів: *Сніжинка*, *Ромашка* (Г. Малик), *Доброта* (Л. Вороніна). Поширеність такого прийому детермінована парадигматичними властивостями літературних власних назв: беручи участь у композиційній і мовній організації художнього тексту, вони взаємодіють між собою і зі своїми функційними еквівалентами. У цьому разі про процес онімізації можна говорити умовно, оскільки такі одиниці продовжують функціонувати як слова-класифікатори, що виконують первинну функцію номінальної лексики – узагальнення.

Письменники вдаються до утворення okazіоналізмів: дракон *Драго*, недодідько *Вельзепр* (О. Дерманський). В okazіональному творенні онімів автори використовують і досить рідкісні, не властиві онімам кореневі морфеми, реалізовані найчастіше в одно- чи двоосновних структурах, для яких характерна наявність внутрішньої форми оніма (насамперед в одноосновних онімах), що може збігатися з характеристикою персонажа або передавати ставлення автора до нього. Найстрашніші чаклуни у світі, сміхожери *Гам*, *Гризь* і *Кусь* (Г. Малик), мають імена, утворені від відповідних дієслів, які характеризують героїв як знищувачів усього. Аналогічна мотивація в імені *Чмак*, напр.: «*Ну ти й чмакаєш! Справжній ЧМАК! – О! – сказав Хроня. – Ми тебе так і назвемо – Чмак!*» (Г. Малик) [5].

Г. Малик у повісті-казці «Незвичайні пригоди Алі в країні Недоладії» усї оніми створює за однією моделлю: до основи додано префікс *недо-* (інколи трапляються фонетичні трансформації): *Недоладько*, *Недоштанько*, місто *Недоград*, Перший *Недорадник*, *Недопелюшка*, *Недороль* Десятий, карлик *Недочеревик*, годинникар *Недождень*, *Недоторода* й *Недовус*.

43 % досліджуваних номенів – імена-композиції, що є водночас назвами-характеристиками. Зокрема, за таким принципом Л. Вороніна утворює назви родин нямликів: *Беркиць-Стінолазенки*, *Паужетники-Добувайли*, *Цікавські-Підглядайські*, *Щиглі-Лоскотуни*, *Буцики-Відчайдушні*.

Низка імен героїв має прецедентне походження, а отже презентує прецедентну мотивацію. Прецедентні оніми пов'язані в читацькій свідомості з прецедентними текстами, авторами, ситуаціями, героями. Для таких онімів у художньому тексті характерні внутрішньотекстові та позатекстові асоціації. Прецедентний онім потенційно асоціативний, він акумулює попередній культурно-історичний (світовий і національний) досвід, актуалізує його значення, передбачає встановлення складної структури внутрішньотекстових та інтертекстуальних зв'язків і визначає обсяг екстралінгвальної інформації. Здатність характеризувати персонажа за допомогою прецедентного імені зумовлена можливістю переносити значення на основі подібності окремих рис зовнішності, характеру, властивостей, притаманних героєві.

До прецедентних також зарахуємо ім'я *Чак Норіс* – прізвисько, яке отримує Клим (Л. Вороніна). *Чак Норіс* – американський кіноактор і майстер бойових мистецтв, популярний виконавець головних ролей у фільмах-бойовиках. Кліма також називають *Поганий Паганіні* за іменем італійського скрипаля-віртуоза, композитора та гітариста.

До народної традиції апелюють імена героїв повісті-казки Г. Малик «Злочинці з паралельного світу» *Цур* і *Пек*. Імена взяті з усталеного словосполучення «*чур тобі, пек тобі*»,

уживаного у висловах для заборони торкатися або привласнювати що-небудь, робити щось, а також для скріплення домовленості, певної умови.

Дивних тварин у цій повісті названо *Пол, Тер і Гейст*. Усі імена утворені від лексеми «полтергейст» – від нім. *Poltern* – «шуміти», «стукати» і *Geist* – «привид», «дух» – термін, яким називають явища, пов'язані з шумом і стуком, самовільним переміщенням предметів, самозайманням тощо, причини яких неможливо раціонально пояснити.

Літературні назви дитячих творів мають фонетичні особливості дитячого мовлення: заєць *Зюзя*, *Країна нямликів*, *Буцик* (Л. Вороніна), *Маляка* (Марійка), динозаврик *Туп-Туп* (О. Дерманський). Фонетична мовна гра характерна для найменувань *Чудове Чудовисько* і *Погане Поганисько* (О. Дерманський). Фонетичні особливості покладені в основу імен *Ось*, *Осьось* та *Лосось* – усі вони співзвучні зі словом «лось».

Отже, у сучасних художніх творах для дітей та юнацтва трапляються як звичайні реальні оніми, так і промовисті. Промовисті власні імена є значущим елементом поетики творів, текстотвірним, жанротвірним, стилістично маркованим засобом у художньому просторі дитячої літератури.

Список використаної літератури:

1. Бережна М. В. Антропонімія дитячої літератури жанру фентезі // Нова філологія : збірник наукових праць. – Запоріжжя : ЗНУ, 2007. – № 27. – 333 с.
2. Васильєва Н. В. Собственное имя в мире текста / Н. В. Васильева. – М. : Книж. дом «Либроком», 2009. – 224 с.
3. Калінкін В. М. Джерело слов'янської поетонімології / В. М. Калінкін // Чорноморські новини. – 2010. – № 5. – С. 1.
4. Карпенко Ю. О. Власні назви в художній літературі / Ю. О. Карпенко // Наукові записки. – Вип. 37. – Серія : Філологічні науки (мовознавство). – Кіровоград : РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2001. – С. 170–172.
5. Малик Г. Злочинці з паралельного світу / Г. Малик. – К. : Знання, 2015. – 206 с.
6. Михайлов В. Специфика собственных имен в художественном тексте / В. Михайлов // Филологические науки. – 1987. – № 6. – С. 78–82.
7. Романченко А. П. Ономастичний простір літературної казки Всеволода Нестайка / А. П. Романченко // Записки з ономастики : зб. наук. пр. – Одеса : Астропринт. – Вип. 14. – 2011. – С. 161–171.
8. Шебештян Я. М. Виразальні можливості літературно-художньої зоонімії / Я. Шебештян // Науковий вісник Ужгородського університету. – Серія : Філологія. – 2005. – № 12. – С. 71–73.
9. Шебештян Я. М. Літературно-художні зооніми як засіб творення об'єктно вікової характеристики денотатів-персонажів / Я. М. Шебештян // Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства : зб. наук. праць. – Вип. 3. – Ужгород, 2000. – С. 239–244.

Наукові керівники: д. філол. н., доцент Шитик Л. В. ,
к. філол. н. Юлдашева Л. П.

І. В. Зозуля

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

АВТОРСЬКА ПУНКТУАЦІЯ ПРИ ВІДОКРЕМЛЕНИХ ЧЛЕНАХ РЕЧЕННЯ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНІВ І. БАГРЯНОГО «ТИГРОЛОВИ» І «ОГНЕННЕ КОЛО»)

Із розвитком писемної мови з'явилась і проблема її пунктуаційного оформлення, використання в текстах нормативних та авторських розділових знаків. Авторську пунктуацію досліджували Н. В. Гуйванюк [2], Н. П. Плющ [4], І. С. Савченко [3]. Термін «авторська пунктуація» в мовознавчій науці розглядають по-різному: вузько і широко. У вузькому розумінні – це вживання індивідуально-авторських розділових знаків у художніх творах. Широке тлумачення цього терміна представлено в працях Н. Валгіної, яка авторськими знаками вважає також нормативно-варіативні знаки, оскільки право автора вжити в тексті один із пунктуаційних варіантів [1].

Мета нашого дослідження – представити авторську пунктуацію в широкому її розумінні на матеріалі романів І. Багряного «Тигролови» (1) та «Огненне коло» (2).

Як зазначає С. Помирча, авторська пунктуація – це авторська манера письма, це індивідуальність письменника та поета, це хід його думок, емоційна насиченість. Індивідуальність у використанні розділових знаків, систематичність у позиціях певних пунктограм є індивідуальний літературний прийом, який служить авторові засобом передачі особливого стану ліричного героя. Вона допомагає розкрити сутність поетичної думки і створеного нею образу; стає сильним стилістичним засобом і віддзеркалює явну симпатію автора до окремих знаків [5]. Нормативні варіативні знаки – це можливі та допустимі розділові знаки, один з яких є нейтральним, а інший несе додаткову смислову інформацію. Їх потрібно відрізнити від індивідуально-авторських, адже вони є варіантом норми, хоча і переважно використання того чи того розділового знаку при варіативності теж є особливістю авторської пунктуації.

Аналізуючи пунктуаційний стиль І. Багрянного, нами зафіксовано чимало випадків уживання нормативних варіантних та індивідуально-авторських знаків. При відокремленні означення, вираженого одиничними прикметниками чи дієприкметниками, що стоять у кінці речення чи в його середині після означуваного слова, перед яким немає означення чи воно виражене займенником, І. Багрянний вважає за доцільне використання нормативного варіантного знака тире, хоча тут можливе уживання коми. *Григорій хотів розпитувати, він хотів про все довідатися, але міцна горілка і те зілля, що в ній, і риба та, що він з'їв – якась чудна та сита, – і всі ті нервові стусани, що пережив сьгодні, – все це його обтяжило, зробило млявим* (1, с. 103). Також І. Багрянний використовує тире при неузгоджених означеннях, виражених неозначеною формою дієслова, що відокремлюють за бажанням автора: *Це була ціла трагедія для Грицька – спостерігати і не мати сили якось допомогти* (1, с. 167); *Сірко підняв усіх несподівано на гарячу роботу – лагодити «зайздок»* (1, с. 150); *А призначення того тину – ловити рибу* (1, с. 150).

Так, при відокремлених означеннях автор використовує індивідуально-авторський знак – тире, наприклад при поширених чи непоширених означеннях (незалежно від його місця щодо означуваного слова), відірваного від означуваного слова-займенника іншими словами, особливо присудками: *А вони [каторжники] стояли безконечними шпалерами, безконечною тичбою – вимучені, виснажені* (1, с. 74). Також за допомогою тире відокремлює однорідні поширені і непоширені означення, що стоять в одному ряду і стосуються означуваного слова-займенника: *І ось тут тоді вийдуть вони – юні, свіжі, сталево зорганізовані й з дисципліновані, і розгорнуться на всю силу* (2, с. 12) та при однорідних узгоджених і неузгоджених означеннях, що стоять в одному ряду (незалежно від їхнього місця щодо означуваного слова), наприклад: *Біля крайнього столика при вікні сидить бравий майор – чорнобривий, з м'ясистим носом, віком понад тридцять літ – майор ОГПУ – НКВД* (1, с. 24).

Щодо випадків уживання нормативних варіантних знаків при відокремлених прикладках, то тут автор частіше використовує знак тире, хоча можливим варіантом також є кома. Наприклад, при однорідних й неоднорідних, поширених і непоширених прикладках, що стоять після означуваного іменника у середині речення чи в його кінці, якщо перед цим іменником немає іншого означення, як-от: *Григорій носив у серці хворобу – кохання до химерної лісової дівчини Наталки – і боровся сам з собою* (1, с. 155); *На тому змагання – ця своєрідна Сіркова олімпіада – не скінчились* (1, с. 88); *Гора була вкрита морем лісу, але де-не-де лисіли плями – галявини* (1, с. 127). Відокремлюють за допомогою тире прикладки, що мають яскраво виражене уточнювальне значення, наприклад: *Літня жінка – Мокієнчиха – добре шанувала гостей* (1 с. 83); *Оті два сірі [собаки] – Заливай та Рушай – то якутські лайки* (1, с. 94).

Індивідуально-авторський знак тире І. Багрянний використовує між відокремленими однорідними прикладками, наприклад: *Спереду вогненноока голова – велетенський двоокий циклоп – надпотужний паротяг «Й. С.»* (1, с. 2). За допомогою тире відокремлюють непоширені прикладки в будь-якій позиції, залежить від особового займенника, як-от: *І знову він – майор уже – вів слідство, сам напросився* (1, с. 94).

Для відокремлення обставин використовують нормативний варіантний знак кому (можливим є варіант нуля знака), якщо обставини виражені іменниками з похідними прийменниками у зв'язку з, залежно від, завдяки, унаслідок, з причини, за браком, за наявності, згідно з, за згодою, на випадок, усупереч, відповідно до, наперекір, попри, як-от: *Попри всі ті, зрештою, смішні неприємності, він [настрій] підноситься до найвищого ступеня передсмаку чогось незвичайного, констатує його поступове, але неухильне наближення, недалеке здійснення мрії* (1, с. 147); *За розрахунком старого, вони сьогодні мали догнати і згребати тих кішок* (1, с. 194); *Завдяки німецькому жандармові, зустрілися два друга, два вояки і кинулися один одному в обійми* (2, с. 72). Для підсилення семантичного навантаження при відокремленні однорідних дієприслівників та дієприслівникових зворотів уживають індивідуально-авторський знак – тире (*Бистра, гірська, завширишки з Ворсклу, річка текла – петляючи в нетрях* (1, с. 53)), а також при однорідних дієприслівниках, дієприслівникових зворотах, як-от: *Гойдаючись під звуки патефонних танго і фокстротів, гомонячи, відступаючи, люблячи і мріючи, мріючи, мріючи – летів, миготів [експрес] десь у казку* (1, с. 86).

Варіантними комами (комою) або нулем знака можуть виділяти додатки зі словами *подібно до, на відміну*, як-от: *Сікач, на відміну від інших веррів, був більший, вищий* (1, с. 174). *Роман маяв чубом на вітрі, подібно до запорожця, чуб той ставав дуба й тріпотів, немов прапирка* (2, с. 108). При відокремлених додатках, які автор бажає семантично виділити, використовує тире як індивідуально-авторський розділовий знак наприклад: *Окрім жаху – в душі зародилася зневага до «батька», що покинув дивізію* (2, с. 82).

Таким чином, особливістю стилю письменника є уживання в багатьох випадках при відокремлених членах речення нормативного варіантного та індивідуального знака тире, що свідчить про творчий підхід до розширення видільної функції цього розділового знака. Нами було зроблено такі підрахунки: нормативно варіантні пунктуація в аналізованих романах складає 24% від загальної кількості проаналізованих синтаксичних одиниць. Індивідуально-авторські розділові знаки складають 6%.

Список використаної літератури:

1. Валгина Н. С. Трудные вопросы пунктуации / Н. С. Валгина. – М., 1983. – 176 с.
2. Гуйванюк Н. В. Новітні тенденції в українській пунктуації та проблеми авторської пунктуації / Н. В. Гуйванюк // Слово – Речення – Текст : Вибрані праці. – Чернівці : Чернівець. нац ун-т, 2009. – С. 486–492
3. Савченко І. С. Пунктуація сучасної української мови / І. С. Савченко. – Черкаси, 2003. – 180 с.
4. Плющ Н. П. «Авторська» пунктуація в системі графічних засобів відображення на письмі невербальних компонентів комунікації / Н. П. Плющ // Українське мовознавство. – К., 2004. – 30 с.
5. Помирча С. Індивідуально-авторська пунктуація як засіб формування синтаксичної компетенції у майбутніх учителів початкової школи / С. Помирча, Т. Бельська // Професіоналізм педагога: теоретичні й методичні аспекти. – 2016. – Вип. 3. – С. 155–162.

Список використаних джерел:

1. Багрянний І. Тигролови : роман / І. Багрянний. – Київ : Знання, 2011. – 266 с.
2. Багрянний І. Огненне коло : повість / І. Багрянний. – Київ : Знання, 2011. – 129 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Савченко І. С.

Ю. В. Зубанченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ФОНЕТИЧНІ РИСИ СЕРЕДНЬОНАДДНІПРЯНСЬКИХ ГОВІРОКУ ПРИСЛІВ'ЯХ І ПРИКАЗКАХ (ЗА ЗБІРКОЮ МАТВІЯ НОМИСА)

Розвиток нової української літературної мови в середині XIX ст. спричинив посилену увагу до народних говорів, із яких письменництво черпало словникове багатство, викликав неминущу конкуренцію щодо використання діалектних одиниць того чи того говору. Саме в цей час прогресивна інтелігенція прагне представити багатство української народної мови, її

здатність відображати всю різноманітність довкілля, уніфікувати територіальні відмінності з метою порозуміння населення з різних регіонів України.

У багатьох випадках лише свідчення діалектного мовлення дають можливість докладніше простежити виникнення й розвиток певного явища нашої мови на всіх її рівнях – фонетичному, лексико-семантичному, морфологічному, синтаксичному тощо. Ураховуючи мовну специфіку українських діалектів, можна відтворити найвірогідніші шляхи виникнення й постання тих одиниць, які ми маємо в сучасній літературній мові.

Важливим джерелом вивчення діалектів української мови, становлення основних рис її літературного стандарту є збірка М. Номиса [1], яка ще не була предметом системного аналізу з погляду діалектології й історії української літературної мови.

Матеріали, паспортизовані та представлені у виданні, засвідчують, що нова українська літературна мова сформувалась на загальнонародній основі, хоч визначальну роль для неї мали діалектні риси середньонаддніпряньського говору південно-східного наріччя української мови.

У прислів'ях і приказках із Середньої Наддніпрянщини виявлено характерні фонетичні особливості говірок цього регіону, більшість із яких стала надбанням літературного стандарту, а деякі – збережені в мовленні діалектоносіїв найстаршого віку:

- рефлексія давнього [*ѣ] звуком [і]: *Ліпше моє, неже наше* [1, 432]; *Кобила за ділом, а лошя без діла* [1, 438];

- чергування [о], [е] з [і]: *Спичка в ніс, а вам лахва!* [1, 56]; *Піп у хвіртку, а чорт у дірку* [1, 47];

- перехід ненаголошеного звука [е] в [и]: *Те в лузі, а те в пиреплузі* [1, 122];

- збереження *о в ненаголошеній позиції: *Холодно, неначе перед Роздвом* [1, 68];

- збереження споконвічного [і] в окремих словах: *Хто за віру умірає, той собі царство заробляє* [1, 39]; *Прийде Вербниця, назад зима верниця* [1, 58];

- збереження [и] на початку слова: *Идеши до суду, то треба прийдіте поклонімося* [1, 337]; *Як прийде Илля, так наробить у полі гнилля* [1, 61];

- ненаголошений [о] звучить виразно без наближення до [у] навіть у складах із наголошеними [і] та [у]: *Перед обідом не адить, а пообіді загладить* [1, 508];

- реалізація фонем /а/ звуком [а] в усіх позиціях: *Узвар на базар, а кутя напокутя* [1, 54]; *Казав пан та й пішов сам* [1, 462];

- реалізація фонем /и/ в наголошеній і ненаголошеній позиціях звуком [и]: *Клин клином виганяють* [1, 276]; *Лихо, та не мовчить* [1, 140];

- гармонійна асиміляція: *Як риби без води, так черню без манастиря* [1, 46];

- збереження опозиції /р/ : /рʲ/ у середині слів перед голосним заднього ряду [а]: *Хвороба нікого не красить* [1, 366] – *Усякому мирянину по семеро Жидовинів* [1, 80];

- відсутність приставного [в]: *Від огню біжу, а в воду скачу* [1, 118]; *Іухом не веде* [1, 212];

- заступлення [ф] сполукою [хв]: *Яка віра, така и охвіра* [1, 39]; *Піп у хвіртку, а чорт у дірку* [1, 47];

- збереження м'якості шиплячих: *Кобила за ділом, а лошя без діла* [1, 438].

Характерною рисою сучасних середньонаддніпряньських говірок є збереження асимілятивного подовження приголосних [2, 114–125], що стало нормою української літературної мови. У прислів'ях та приказках цю особливість представлено послідовно в словоформах різних частин мови: перед давньою сполукою -ьє в іменниках середнього, зрідка жіночого і чоловічого родів (*З дурного говіння, не буде спасіння* [1, 44]; *Не родить рілля, але Божя воля* [1, 40]; *Як прийде Илля, так наробить у полі гнилля* [1, 61]); реалізація сполукиться як [ц':] у дієсловах (*З Богом не бицьця* [1, 40]; *З Богом не будеш позивацьця* [1, 40]); реалізація сполуки -шся як [с':] у дієсловах (*На гріх не спасесся* [1, 43]); у формах дієслова з'їсти (*Пропали пани гетьмани, а кобила порох ззіла* [1, 74]); у прислівниках унаслідок дисиміляції (*Дай, Боже, наперед лучче* [1, 56]). Остання зміна не відбита в літературному стандарті, як і дисимілятивні зміни в сполуці [чн]: *Так місяшно, хоч голки збірай* [1, 66].

Отже, дослідження фонетичних рис, виявлених у мікротекстах із говірок Середньої Наддніпрянщини, переконливо підтверджує середньонаддніпряньську діалектну основу літературної мови, оскільки 10 із 20 засвідчених фонетичних особливостей стали її надбанням.

Водночас 10 із них залишились діалектними, а, отже, їх заступили інші риси, що репрезентують специфіку південно-західного та північного наріч української мови. Як бачимо, живильним джерелом формування української літературної мови середини ХІХ ст. було діалектне мовлення з різних регіонів України, що й забезпечило її загальнонародний характер та підтримує сучасний розвиток.

Список використаної літератури:

1. Номис М. Українські приказки, прислів'я і таке інше: Уклад М. Номис / упоряд., приміт. та вступна ст. М. М. Пазяка. – К. : Либідь, 1993. – 768 с.
2. Мартинова Г. І. Подовження приголосних в ареалі середньонадніпрянських говірок // Мовознавчий вісник : Зб. наук. праць. [відп. ред. Г. І. Мартинова]. – Черкаси, 2018. – Вип. 24–25. – с. 114 – 125.

Науковий керівник: д. філол. н., професор Мартинова Г. І.

Я. Ю. Кияниця

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МОТИВАЦІЙНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПРІЗВИСЬК КОРСУНЩИНИ

Для української лексики характерні діалектні й територіальні відмінності, що зумовлюють семантичне, експресивне та структурне різноманіття й багатство українського живого мовлення. Паралельно з офіційними найменуваннями (особове ім'я, найменування по батькові (патронім) та прізвище) функціують неофіційні антропоніми, найпоширенішими з яких є прізвиська. Царина їхнього вживання охоплює соціальні й територіальні мікросередовища, як-от: окремих населених пунктів, вулиця, школа, колектив тощо [1, с. 244].

У другій половині ХХ – на початку ХХІ ст. актуалізовано вивчення неофіційних антропонімів на теренах регіонів України, унаслідок чого з'явилися дослідження прізвиськ Закарпаття (П. П. Чучка), Бойківщини (Д. Г. Бучко й Г. Є. Бучко), Західного Полісся (Г. Л. Аркушин), Середнього Полісся (І. І. Козубенко), Галичини (Р. І. Остап), Гуцульщини (М. В. Лесюк), Наддністрянщини (М. Я. Наливайко), Вінниччини (В. А. Павлюк).

Прізвища Корсунщини досі не були предметом комплексного ономастичного вивчення. Саме тому всебічне їх дослідження, збір регіонального антропонімічного матеріалу доповнять загальну картину антропонімікону Центральної України, що й зумовлює актуальність дослідження.

Мета статті полягає в аналізі мотиваційних особливостей прізвиськ мешканців чотирьох сіл Корсунь-Шевченківського району Черкаської області: с. Набутова, с. Дравівки, с. Нетеребки та с. Деренківця.

В основі типології мотивації прізвиськ лежить вибір мотиватора із системи знань про предмет, явище, особистість. Неофіційним антропонімам властиві такі різновиди мотивації: метонімічна, в основі якої лежать об'єктивні знання про позначуване; метафорична мотивація, базована на оцінно-емоційному сприйнятті, та псевдомотивація.

Метонімічна мотивація ґрунтована на виборі мотиватора зі сфери об'єктивних, справжніх знань про позначуване. Така мотивація українських прізвиськ відповідає метонімічній у широкому сенсі, оскільки під час утворення нового номена відбувається перенесення за суміжністю. Основою метонімії можуть бути просторові ознаки, події, концептуальні та логічні зв'язки між різними категоріями дійсності та її відображення в людській свідомості [2, с. 300].

Значна кількість прізвиськ містить указівки на місце народження, проживання його носіїв, тобто в прізвиськах акцентовано локативний елемент, напр.: *Надя з водокачки* (жила біля водокачки), *Село* (дівчинка живе в селі), *Зелена* (проживала на вулиці Зеленій). Цей вид мотивації характерний для прізвиськ, у яких актуалізовано «вид діяльності, хобі, професію», напр.: *Лікар*, *Кріпак*, *Хористка*, *Лор*, *Депутат*. Прізвиська учителів часто виникають на основі предметів, явищ, одиниць виміру, із якими пов'язана їхня діяльність, напр.: *Мегавольт* (дивний фізик-учитель), *Циркуль* (учитель креслення, трудового навчання), *Транспортир* (учитель математики). Також цей механізм лежить в основі утворення таких прізвиськ:

Джойстик (розбирається в техніці), *Саша-опера* (хлопець захоплюється комп'ютером), *Вованотор* (любить ремонтувати машини). В основі прізвиськ, утворених від прикметників (*Гламурний* (стильно одягається); *Рижий* (за кольором волосся)) також лежить метонімічне перенесення. Для вираження негативного ставлення до зовнішності використовують емоційно забарвлену лексику, напр.: *Носище*, *Носач* (великий ніс), *Вухань* (великі вуха). Інколи семантика прізвиськ сформована на основі антонімічних значень: *Худяк* (повний хлопець), *Дрібний* (рослий хлопець), *Вольдемар Могутній* (худий і маленький).

Метонімічна мотивація пов'язана зі здатністю людини усвідомлювати й формувати асоціативні зв'язки між поняттями. Частина мотиваційних моделей, ґрунтованих на зорових образах, становить близько 30 %. Вони можуть бути виражені:

а) прецедентними антропонімами, напр.: *Бренда* (учителька, подібна до героя серіалу «Беверлі Хілз»), *Мальвіна* (подібна до Мальвіни), *Енн із Зелених дахів* (руда дівчинка), *Пушкін* (кучерявий хлопець); б) загальних назв, напр.: *Локатор* (хлопець із великими вухами), *Спічка* (худа), *Пшоно* (малий), *Швабра* (висока, худа), *Баран* (кучерявий).

Мотиваційні моделі, ґрунтовані на внутрішніх якостях людини, становлять близько 10 % від усього масиву прізвиськ. Для утворення неофіційних антропонімів цієї категорії зазвичай використовують загальні іменники, що позначають будь-які якості людини (*Злидень* (бідний)), й образні номінації (*Лисиця* (хитра), *Таракан* (дурний), *Щур* (зрадник), *Черепаха* (повільна), *Космос* (мрійлива людина)). Інколи метафорична мотивація набуває дещо незвичного характеру. В основі перенесення лежать форма, розмір, колір, але якість змінюється на протилежну. Пор.: *Дюймовочка* (висока вчителька), *Цвайка* (відмінниця) тощо.

В основі псевдомотивації лежить «формальний мотиватор, семантика якого ніяк не впливає на формування значення слова» [2, с. 508]. Низці прізвиськ притаманна онімічна псевдомотивація. Тут виокремлено такі групи:

а) власні імена та прізвиська, напр.: *Катюхін* (Катерина), *Людювик* (Людмила), *Серго* (Сергій); б) загальні іменники, напр.: *Боровик* (прізвисько Боровець), *Голуб*, *Голубець* (Голублевський), *Зайчик* (Заїченко); в) прикметників, напр.: *Солоний* (прізвисько Соляник), *Коса* (Косовська); г) ініціальні аббревіатури, напр.: *ВВС* (Валентина Вікторівна Семенюк), *Гапа* (Галина Павлівна); д) складні римовані іменування (частіше це традиційні дразнилки), напр.: *Женьчик-брєнчик*, *Людка-будка*, *Колька-бараболька*.

Значна кількість найменувань – прості непохідні іменники, які за своїм походженням є або власне українськими, або запозиченими. Для похідних найменувань найбільш характерні морфологічний суфіксальний спосіб, аббревіація й морфолого-синтаксичний спосіб.

Отже, для прізвиськ характерні такі види мотивації: метонімічна, в основі якої лежать об'єктивні знання про позначуване, метафорична мотивація, ґрунтована на оцінко-емоційному сприйнятті, а також псевдомотивація.

Список використаної літератури:

1. Павлюк В. А. Становлення неофіційного антропонімікону Вінниччини : дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.01 – українська мова / Павлюк Віта Анатоліївна ; Донецьк. нац. ун-т. – Вінниця, 2016. – 244 с.
2. Селиванова Е. А. Когнитивная ономазиология : монографія / Е. А. Селиванова. – К. : Фитосоциоцентр, 2000. – 248 с.

Науковий керівник: д. філол. н., доцент Шитик Л. В.

О. І. Кондратішина

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ФОНЕТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНОМОВНИХ ЖИТЕЛІВ м. КРИВИЙ РІГ

Мовленнєвий простір міста формує соціум, тобто сукупність людей, об'єднаних місцем переважно сталого побутування, соціальними, економічними і культурними зв'язками, які здійснюють у повсякденному житті безпосередні чи опосередковані контакти один з одним і з різними соціальними інститутами за допомогою однієї або різних мов. Українське мовлення

соціуму міста Кривого Рогу – це лінгвістичний феномен, що може бути об'єктом вивчення різних галузей науки – мовознавства, філософії, соціології, психології, культурології.

Кривий Ріг розташований в ареалі південно-східного наріччя української мови, у степовому говорі. Як зауважує К. Д. Глуховцева, у новостворених українських говірках, якими є слобожанські і степові, часто функціонують фонетичні варіанти слів і форм, словотворчі варіанти лексем, різні лексеми з однаковим значенням у мовленні одного діалектоносія [1, с. 343 – 344].

Кривий Ріг – промислове місто, тому в мовленні різного за етнічним складом населення засвідчено суміш українських (як літературних, так і діалектних) і російських мовних елементів. Однак для структури вокалізму україномовних жителів Кривого Рогу характерна фонологічна система, організована за тими самими диференційними ознаками, що й літературна мова та говірки південно-східного наріччя [3, с. 54]. Це шестифонемний наголошений вокалізм: /a/, /o/, /y/, /и/, /і/, /e/. На тлі поширеного основного вияву структури наголошеного вокалізму зафіксовано незначні відмінності, проте на рівні реалізації фонем, а не їх складу та відношень між фонемами.

Наголошена фонема /a/ реалізована голосним заднього ряду, дещо просунутим наперед, низького підняття, що суттєво не відрізняється від [a], який функціонує в українській літературній мові та українських степових говірках [13, с. 73–79]. Вукраїномовних містян спостерігаємо: *ма|л'ен'к'ік'ім|натки, пом'еш'чалас'а жел'езна|кро|ват', шка|ф, бат'ком, так і спали, до |арм'ійі.*

Цей основний звуковий фонемі /a/ під впливом російського мовлення може набувати інших ознак. Так, у мовця фіксуємо алофон [a] – нелабіалізований голосний середньо-заднього ряду: *по|р'адок.*

Фонема /o/ найчастіше реалізована в лабіалізованому голосному заднього ряду середнього підняття [o]: *па|зна|коми'ли'єс', в |город'є, кожну, за|тол'ен'і, |около, |роки, техно|лог'ія, нова|йа, криво|рожск'ій, ра|бота|йут, кожну, пр|оти.*

Для фонемі /y/ типовим алофоном у наголошеній позиції постає звук [y] високого піднесення заднього ряду: *жи|ву, |дуже, |буду, |другий, |курсу, |году, |л'уди, |круто, |родну|ю, інсти|тут, пра|ц'у|ю, ска|жу, слухай|ут.*

Помітного варіювання щодо /o/, /y/ в наголошених складах не виявлено; уживання названих фонем має всі властивості голосних, характерних для степових говірок та літературної мови [2, с. 37; 13, с. 21–23].

Реалізатором фонемі /и/ є голосний переднього ряду високого піднесення [и]: *ве'|лик'ій, |жити, бе'|ри, ха|тинку, |силах, бу|ли, спор|тивну, вій|ни, к'нигой, дру|жила, у|чителем.*

Зауважимо, що Л. І. Прокопова та Н. І. Тоцька фіксують у жителів великих міст у спільних для української та російської мови словах звужену вимову /и/ – [и¹], [и²] [4, с. 19]. Це засвідчено й у мовленні жителів Кривого Рогу, наприклад: *три|, йа|к'и|й, |ч'и|стила, по|зво|н'и|ли, кра|с'и|ва.*

Наголошена фонема /і/ реалізована переважно у звукові переднього ряду високого підняття [і] незалежно від походження: *в'ін, бра|т'ів, бо|йів, хл'іб, ра|ніше, |м'іс'т'і, |л'ітом, с'т'іл.*

Якщо звук [і] походить із давньої фонемі /ѣ/, він частіше рефлексований як [і]: *к'в'іти, |м'іс'ац', |н'емц'і, хл'еба, |д'євоч'ка, |д'єт'і, д'єд.* Пом'якшення попереднього приголосного перед [є] пояснюємо впливом російської мови. У мовленні містян засвідчено слова, у яких [і] та [є] функціонують паралельно: *н'існ'а – н'єсн'у, |м'іс'ац' – |м'єс'ац', |л'ітом – |л'єто, |р'ічка – |р'єчка.* У слові *в |целому* попередній приголосний не пом'якшений, таке фонетичне оформлення вказує на запозичення з російської мови.

Фонема /e/ реалізована у відкритому голосному переднього ряду, не лабіалізованому, підняття середнє, під наголосом не зазнає змін, звучить виразно, чітко: *ме|не, ре'|нрес'ія, це|ментний, |дєс'ат'.*

Спостереження над виявами голосних фонем у наголошеній позиції соціуму міста Кривого Рогу засвідчують, що голосні /і/, /и/, /e/, /y/, /o/ можуть реалізуватися у звуках,

типових для степових говірок. Зсунення артикуляції /а/ в напрямі до середнього ряду відбулося внаслідок впливувимовних особливостей цього звука в російській мові.

Особливості ненаголошеного вокалізму. Ненаголошений вокалізм мешканців Кривого Рогу має риси, пов'язані із загальним статусом цих фонем у потоці мовлення, адже відомо, що «всі голосні в ненаголошеній позиції більшою чи меншою мірою змінюють свою артикуляцію» [5, с. 112]. Тому голосні фонемі в ненаголошеній позиції репрезентовані алофонами, які в цілому не виходять за межі звукового ряду кожної фонемі. Чимало алофонів зумовлені синтагматикою фонем, позицією та місцем у слові щодо наголошеного складу. Водночас в умовах білінгвальної ситуації Кривого Рогу на характер алофонів голосних фонем у ненаголошеній позиції впливають позамовні чинники, серед яких визначальну роль відіграють зміни внаслідок українсько-російської взаємодії. Тому звукові поля фонем містять алофони, виникнення яких зумовлене синтагматичними особливостями голосних, притаманних українським степовим говіркам, та алофони, що розвинулися внаслідок взаємодії двох мовних систем.

Фонема /а/ в ненаголошеній позиції реалізована типовим звуком [а]: *д¹ума¹йу, во¹п¹росам, ка¹жу, наро¹дила¹с'а, стра¹ш¹ний*. Зближення артикуляції [а] російської мови та української так чи інакше властиве для білінгвів, що змушені постійно переходити з одного мовного коду на інший. Тому зміна звукового образу фонемі /а/ є типовою для жителів Кривого Рогу.

Фонема /у/ в ненаголошеній позиції реалізована як [у], незалежно від віку інформантів, від місця цієї фонемі в слові, поєднання з приголосними: *ску¹чат¹, у¹чили¹ше, ба¹бу¹шку, у¹чит¹ел¹ем, бу¹ли, ку¹ди*.

Ненаголошена фонема /о/ в мовленні містян репрезентована звуком [о]. Звук [о] виявлено і в суржикових словах, вимова яких наближена до російської мови: *по¹с'олок, ор¹ол*.

Голосний [о] вживають на початку слова: *Ок¹сана, от¹ож, оди¹ен:ацат¹*; у кінці слова: *ла¹дно, мо¹жно, л'і¹карство*; після твердих приголосних: *го¹лову, до¹роже, ве¹чором*.

У ненаголошеній позиції на дистрибуцію фонемі /и/ впливають місце в слові, сполучуваність з іншими звуками, розташування щодо наголошеного складу.

У мовленні криворіжців звук [и] зберігає свої диференційні ознаки: у кінці слова після твердих приголосних: *про¹цеси, пл¹ани, ма¹ти, у¹органи, жи¹ли, всту¹пити*.

Наближення вимови [и] до [е] фіксуємо перед наступним складом з наголошеним [е]: *ди¹с'печ'е¹ром, педун'іве¹рси¹тет, жи¹ве, ди¹ректор*.

В усному мовленні містян можемо спостерігати, що фонема /і/ може бути реалізована виявами [и], [и¹], [и¹¹]: у росіянізмах: *до¹стиг (рос. достиг), ли¹бо/ л'і¹бо (рос. либо)*; в українських словах після приголосних: [н], [п], [ш], [к]: *н'і¹коли / ни¹коли, ни¹ч'ого, н'і¹шли, с'тарш'і¹/ с'тарши, спе¹ц'і¹ал'ни, на¹ши, велик'і¹*.

Привертає увагу звужена вимова [и], реалізована в алофонах [и¹], [и], [и¹¹] у словах, схожих за звучанням з російською мовою: *пов¹м'і¹рали, три¹, д'іска¹т'ек'і, квар¹т'ір'і, од¹н'іх*.

У мовленні криворіжців нерідко спостерігаємо відсутність чергування /о/, /е/ з /і/, яке поширене в інших українських говірках. Збереження [о] в нових закритих складах у багатьох словах характерне для українського мовлення Кривого Рогу. Паралельне вживання /і/ та /о/ в закритих та відкритих складах зафіксовано: а) у коренях слів: *виход¹н'і/вих'ід¹них, воз¹му /в'із¹му, посл'е¹/п'ісл'а*; б) у префіксах: *розоб¹рали/роз'іб¹рали, розойш¹лис'/роз'ійш¹лис'а*.

В умовах білінгвальної ситуації в Кривому Розі фіксуємо взаємовплив української та російської мов. Так, нерідко [і] вживається замість [е] в російських формах: *на йо¹го¹м'е¹ст'і, ізв'е¹н'іт, д'ір'евн'і, іваку¹іровали*; у словах схожих за звучанням в обох мовах: *кол'ікт'ів'ізац'ія; у займенниках: т'е¹б'і, м'і¹н'і*.

Отже, для мовлення україномовних жителів Кривого Рогу, населення якого неоднорідне в етнічному та мовному планах, характерні взаємовпливи, міжмовна інтерференція на різних рівнях, зокрема й на фонетичному. На мовний портрет міста впливають екстра- та інтралінгвальні чинники: білінгвальна ситуація в місті, тип міста, географічне розташування, історія складання соціуму, традиції.

Список використаної літератури:

1. Миронов С. А. Полудиалект и обиходно-разговорный язык как разновидности наддиалектных форм речи / Миронов С. А. // Типы наддиалектных форм языка / отв. ред. М. М. Гухман. – М. : Наука, 1981. С. 343 – 344.
2. Залізняк Г. М. Мовна ситуація Києва : день сьогоднішній та прийдешній / Г. М. Залізняк, Л. Т. Масенко. – К. : Академія, 2001. – С. 37; 13, С. 21–23.
3. Степанов Є. М. Російське мовлення Одеси : монографія / Є. М. Степанов. – Одеса : Астропринт, 2004. – 54 с.
4. Тоцька Н. І. Система голосних фонем української мови / Н. І. Тоцька // Мовознавство. – 1983. – № 5. – С. 19
5. Миколенко Т. М. Український міський сленг (на матеріалі усного мовлення тернопільців) : дис. канд. філол. наук : 10.02.01 / Миколенко Тетяна Михайлівна. – К., 2006 – 112 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Щербина Т. В.

А. П. Перевал

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ГРАФІЧНЕ ОФОРМЛЕННЯ ІНШОМОВНИХ ВКРАПЛЕНЬ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ «КРИЛА КОЛЬОРУ ХМАР» ДАРИ КОРНІЙ І ТАЛИ ВЛАДМИРОВОЇ)

Для української мови останніх десятиліть характерне збільшення кількості слів іншомовного походження та розширення їхнього функціонування. Запозичення охоплює неодноразове застосування їх на рівні мовлення, ухвалення до лексико-семантичної системи української мови та засвоєння згідно з її законами. Усі проникнення чужомовних слів знайшли відображення в текстах сучасної української художньої літератури.

В українській лінгвістиці проблеми функціонування іншомовних запозичень досліджували Б. М. Ажнюк [1], Л. М. Бороденко [2], Ю. О. Жлуктенко [3], І. М. Кочан [4], О. Д. Пономарів [5] та ін.

Для вираження графічного оформлення використовують насамперед графічні засоби, серед яких найпростішими є виділення тексту курсивом, маркування окремих букв, друк деяких слів великими літерами. Проте такі графічні способи подання тексту через графічні особливості ускладнюють процес читання, деякою мірою гальмують його. З огляду на це зникає звичайне сприйняття тексту, читач, зосереджуючи увагу на виділеному, повільно рухається рядками, шукаючи новий зміст у тексті. Виділення курсивом загалом привертає увагу своєю ігровою формою та акцентує на змісті, а саме на його вираженні та сприйнятті. Таке ігрове вираження характерне для постмодерністської літератури [2, с. 6].

Іншомовні вкраплення не належать до національної мовної системи, але в сучасній прозі функціонують як більш-менш зв'язані з лексичним і граматичним устроєм одиниці цієї мови. Вони не порушують загальної структури художнього тексту, а додають йому експресивності.

Мета статті – проаналізувати особливості графічного оформлення іншомовних вкраплень у романі «Крила кольору хмар» Дари Корній і Тали Владмирової.

Однією з проблем, пов'язаною з дослідженням іншомовних вкраплень, є їхнє графічне оформлення. Автори часто порушують закони транскрибування та транслітерації, не дотримуються правил написання *i* чи *u* тощо. Лексеми, що в мові-оригіналі написані через дефіс, можуть бути оформлені разом. Ще більшу варіативність простежено в написанні слів, у яких запозичення становить лише частину.

Залежно від контексту, порушення в написанні запозичень можна трактувати по-різному. Зокрема, правомірними вважають неточності у відтворенні лексем для створення іронічного ефекту та підсилення емоційно-експресивної оцінки. Іншою причиною доцільності такого написання є вживання лексем у діалогах та прямих мові для актуалізації власної вимови персонажа.

Графічне оформлення іншомовних вкраплень, ужитих у романі «Крила кольору хмар» Дари Корній і Тали Владмирової, має свою специфіку: англійські лексеми відтворені українськими літерами, марковані курсивом, що привертає увагу читача, дає змогу зосередитися та подумати над виділеним, зрозуміти значення слів та їхній підтекст.

Буквений запис ґрунтований частково на фонетичному принципі, суть якого полягає в тому, що відповідно до нього точно зафіксовано фонетичний склад мови. Слово або його частину за фонетичним принципом відтворюють так, як його вимовляють у літературній мові. Основою для письма за фонетичним принципом є правильна літературна вимова – написання за ним відповідають літературній вимові. На письмі відповідними буквами позначають звук, склад чи слово, реально вимовлені, напр.: *Йес, на психолога (йес – так); Сенкс, хоча, певно, тобі краще казати «дякую» (сенкс – дякую).*

Зафіксовані іншомовні вкраплення демонструють і численні відхилення від фонетичного принципуй орієнтування на орфографію, напр.: *Знаєш, а я заздрила йоурс Ірочці (йоурс – твоїй); А тут – гьорл (гьорл – дівчина).* У наведених прикладах показовим є те, що в англійській мові звук [r] у таких словах, як *university, yours, girl*, не вимовляємо, тому було б доречніше графічно не передавати повну вимову, адже сприймання англійських лексем реципієнтом буде ускладнено, що в подальшому вплине на сприйняття прочитаного. Репрезентовано й лексеми, частково адаптовані до граматичного ладу української мови, напр.: *Адо, ти в юніверситі своєму навчаєшся, на психіатра... Так? (с. 28) (юніверситі – університет).*

Отже, іншомовні вкраплення, графічно відтворені кириличними літерами, уживають у сучасній українській прозі для привернення уваги читачів та надання слову або фразі емоційного забарвлення. Вони демонструють стиль спілкування сучасної молоді, є складником молодіжного сленгу. Вивчення іншомовних вкраплень важливе для кращого розуміння постмодерної прози, яка відтворює реалії сучасності та тяжіє до стилістичних ефектів.

Список використаних джерел:

1. Ажнюк Б. М. Англізми в сучасній українській, російській і чеській мовах / Б. М. Ажнюк. – Мовознавство. – 2008. – № 2–3. – С. 190–207.
2. Бороденко Л. Проблема запозичень у сучасній українській мові / Л. Бороденко // Лінгвістичні студії : зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУ, 2009. – Вип. 19. – С. 115–119.
3. Жлуктенко Ю. О. Мовні контакти. – К. : Видавництво Київського університету, 1966. – 135 с.
4. Кочан І. М. Системність, динаміка, кодифікація слів з міжнародними кореневими компонентами в сучасній українській мові : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філол. наук : спец. 10.02.01 – українська мова / І. М. Кочан ; НАН України, Інститут української мови. – К., 2006. – 39 с.
5. Пономарів О. Д. Стилістика сучасної української мови : підручник / О. Д. Пономарів. – К. : Либідь, 1992. – 248 с.

Науковий керівник: д. філол. н., доцент Шитик Л. В.

В. С. Піддубний

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПСЕВДОМОТИВАЦІЯ РОЗМОВНИХ НАЗВ АВТОМОБІЛІВ

Історія вивчення картини світу свідчить про те, що найціннішою скарбницею історії народу та його національної психології є номінативна система мови. Номінації найповніше передають національну своєрідність мовного членування світу, віддзеркалюють специфіку внутрішнього сприйняття навколишньої дійсності, досвід і культуру народу, його традиції.

Прагмоніми як специфічна категорія лексики перебувають у центрі уваги лінгвістів із кінця минулого століття. Деякі аспекти дослідження механізмів номінації транспортних засобів та функціонування лексем цієї лексико-семантичної групи проаналізовані багатьма лінгвістами (О. Васильєва [1], Н. Мельник [3], Р. Сердега [5], А. Янчишин [7; 8] та ін.).

Вивчення розмовних назв транспортних засобів відкриває реальні мотиваційні механізми суспільного та соціального світобачення народу, що характерно для різних етапів функціонування мови. Саме такий підхід засвідчує актуальність вивчення розмовних найменувань автомобілів у сучасній українській мові.

Мета статті полягає в дослідженні псевдомотивації розмовних назв автомобілів.

Розмовним найменуванням автомобілів притаманна псевдомотивація, «для якої характерний довільний зв'язок між значенням ономазіологічних ознак і змістом номінативної одиниці» [4, с. 485]. Псевдомотивацію не ототожнюють із немотивованими знаками, оскільки існує умовний формальний мотиватор. Отже, ономазіологічна ознака стає умовною, семантика її не впливає на формування значення нового слова. Дослідження засвідчило, що псевдомотивація від фонетичної мімікрії становить 14 (10 %), від власних імен – 11 (7 %), від зоолексемні утворення – 16 (11 %), від флоролексемні утворення – 2 (1 %), побутові предмети – 6 (45 %), продукти харчування – 4 (3 %), хвороби, бактерії – 3 (2 %).

Основна частина розмовних автонайменувань утворена за допомогою фонетичної мімікрії як здатності слова до наслідування [6, т. 4, с. 739], що заснована на частковому фонетичному збігові семантично не схожих іншомовних назв із загальноживаними словами, які являють собою назви понять об'єктивної реальності [2]. Часто цей процес спричинений установленням аналогії графічного образу іншомовного слова зі звуковим образом відповідного українського. Номінатив набуває нового значення, не пов'язаного з попередньою семантикою. Напр.: *Лего* – «Mitsubishi Legnum», *Беліберда* – «Nissan Bluebird», *Балда* – «Honda Ballada», *Кума* – «Chery Kimo», *Матрас* – «Hyundai Matrix», *Одеса* – «Honda Odyssey», *Партер* – «Hyundai Porter», *Премія* – «Toyota Premio», *Примус* – «Toyota Prius», *Саян* – «Porsche Cayenne», *Аудіо* – «Audi», *Керіес* – «Toyota Ceres», *Приблуда* – «Honda PRELUDE».

Тематичний вибір лексики, що є розмовним субститутом офіційних назв автомобілів, зумовлений спробою людини вербалізувати навколишній світ, використовуючи найуживаніші лексеми.

Цікавим і своєрідним явищем у розмовному дискурсі є відантропонімна номінація автомобілів, вторинне позначення транспортних засобів через асоціацію з власним іменем людини (часто демінутивних форм). Такі номінації здебільшого позбавлені внутрішньої мотивації: *Люська* – «Toyota ESTIMA Lucida», *Веня* – «Toyota AVENSIS», *Петя* – «Chrysler PT», *Моня* – «Cruiser Ford Mondeo», *Тарас* – «Ford Taurus», *Вінні* – «Toyota WINDOM», *Боря* – «Volkswagen Bora» та ін.

Досить часто використовують упізнавані прецедентні назви, але сценарій їхнього використання, оскільки це псевдомотивація, не відповідає первинному сценарію: *Ленін* (В. Ульянов – революціонер) – «Toyota COROLLA Levin», *Аристон* (давньогрецький філософ-стоїк або відома італійська компанія Ariston) – «Toyota ARISTO», *Малевиц* (художник-авангардист) – «Mercedes ML», *Крюгер* (Фредді Крюгер – маньяк-убивця) – «Toyota CLUGER» та ін.

Із тематичною групою «людина» також пов'язана поява найменувань *Піжон* – «PEUGEOT», *Прадід* – «Toyota PRADO» тощо.

Досить поширеними в цій групі назв є відзоолексемні утворення: *Єнот* – «Nissan NOTE», *Корова* – «Toyota COROLLA», *Кошак* – «Nissan QASHQAI», *Сайра* – «Toyota SOARER». Від флоролексемні номінації переважно похідні від назв фруктів: *Слива* – «Nissan SILVIA», *Виноград* – «Nissan VINGROAD». Також трапляються номінації, в основі яких – назви побутових предметів: *Крісло* – «Toyota CRESTO», *Табурет* – «Volkswagen VW TUAREG», *Сервант* – «Honda CR-V». Досить продуктивним є утворення розмовних найменувань автомобілів від назв продуктів харчування: *Ескімо* – «Mitsubishi ECSIMO», *Омлет* – «Chery Amulet», *Кефір* – «Nissan Cefiro». У творенні власних назв автомобілів можуть брати участь слова на позначення хвороб, мікробів та бактерій, напр.: *Мікроб* – «Nissan MICRA», *Короста* – «Toyota COROLLA», *Астма* – «Opel ASTRA» та ін.

До розмовних назв автомобілів, для яких характерна псевдомотивація, зарахуємо онім *Хитрила* (Nissan X-Trail) – найменування виникло внаслідок прочитання *X-Trail* на кшталт українського слова.

Отже, псевдомотивація властива розмовним назвам автомобілів. Вона ґрунтована на фонетичній мімікрії як здатності слова до наслідування, можлива від власних імен, зоонімів, флоролексем, побутових предметів, продуктів харчування, назв хвороб, бактерій.

Список використаної літератури:

1. Васильєва О. Б. Метафора в автомобільній лексиці [Електронний ресурс] / О. Б. Васильєва. – Режим доступу : http://linguistics.kspu.edu/webfm_send.
2. Горбач О. Т. Арго в Україні / О. Т. Горбач. – Львів : Інститут українознавства ім. І. Крип'якевича, 2006. – 688 с.
3. Мельник Н. М. Вплив термінологічної системи на функціонування автомобільного сленгу [Електронний ресурс] / Н. М. Мельник. – Режим доступу : http://philology.knu.ua/files/library/lit_st/39-2/25.pdf.
4. Селиванова Е. А. Когнитивна ономасіологія : монографія / Е. А. Селиванова. – К. : Изд-во Фитосоціоцентр, 2000. – 248 с.
5. Сердега Р. Л. Назви традиційних сухопутних транспортних засобів у говірках Центральної Слобожанщини / Р. Л. Сердега // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія : Філологія. – Харків, 2008. – Вип. 53 (№ 798). – С. 42–45.
6. Словник української мови : в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства ; за ред. І. К. Білодіда. – К. : Наукова думка, 1970–1980.
7. Янчишин А. Власні назви автомобілів у сленговому мовленні українців / А. Янчишин. – Режим доступу : <http://dspace.tnpu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/8425/1/Yanchyshyn.pdf>.
8. Янчишин А. М. Власні назви промислових товарів: типологія, походження і функціонування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. 10.02.01 – українська мова / А. М. Янчишин ; Черкаський нац. ун-т імені Богдана Хмельницького. – Черкаси, 2019. – 19 с.

Науковий керівник: д. філол. н., доцент Шитик Л. В.

І. А. Таран

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ТЕНДЕНЦІЇ ЗАСВОЄННЯ НОВИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКОЇ І ПОЛЬСЬКОЇ МОВ)

Суспільство створює всі умови для певних мовних змін і стимулює мовні процеси, що призводять до задоволення його нових потреб як у номінації, так і в комунікації. Лексичний склад мови дуже чутливий до тих змін, що відбуваються в житті творця й носія мови – народу. Саме тому всі зміни, які мають місце в житті суспільства, найбільш виразно віддзеркалюються в лексичній системі мови. Кожне нове суспільне явище, процес, дія, кожне нове поняття вимагає свого найменування, тобто означення конкретним словом [1, с. 62]. На початку ХХІст. всевітня мережа стала активним засобом комунікації, сприяла появі нових слів, серед яких назви комп'ютерних процесів, елементів програмного забезпечення й насамперед назви, безпосередньо пов'язані з Інтернетом.

Залежно від умов життя того чи іншого суспільства навіть ті інновації, що іменують спільні реалії або поняття, можуть поводити себе по-різному в лексиконах окремих мов. Наприклад, в українській і польській мовах деякі такі нові слова унаслідок різної активності засвоєння певних запозичень і різні способи реалізації в мові їхнього номінаційного ресурсу.

Електронна пошта сьогодні стала невід'ємним складником суспільного життя країн світу, проте питома вага її в здійсненні певних суспільних функцій у різних спільнотах неоднакова. Про це свідчить ступінь поповнення лексиконів окремих мов новотворами з першим компонентом *e-*, співвідносним з означенням *electronic* «електронний». В українській мові транскрибований відповідник вихідної англійської аббревіатури *e-mail* «електронна пошта» вперше зафіксовано в «Російсько-українському словнику» за ред. В. В. Жайворонка. У «Сучасному словнику іншомовних слів» О.І.Скопненка та Т.В.Цимбалюк подано вже два

можливі варіанти адаптування цього англійського запозичення – *мейлі e-мейл*. Проте в українських ЗМІ функціонують, крім згаданих відповідників, також *i-мейл / імейл, имейл / u-мейл, мейл, мейло, мейлик,)*, у польських ЗМІ – *pocztaelektroniczna / e-poczta / email / e-mail / eMail / emejl, mail / mejl/imejl*.

Натомість сучасна польська мова не тільки активно їх засвоює, а й виробляє власні номінації – їхні відповідники, а від деяких з цих аббревіатур – і похідні. Низки таких слів засвідчено в працях К.Вашакової, пор. *e-mailować, e-handel, e-książka, e-rynek, e-świat* [7, с. 97–98]. У монографії «Прояви інтернаціоналізації в словотворенні сучасної польської мови» (Варшава, 2005) К.Вашакова докладно обговорює статус номінацій з першим елементом *e-* в польському лексиконі на тлі їхніх відповідників і аналогічних утворень в англійській мові. На думку мовознавця, такі одиниці з усіченим першим компонентом можна розглядати як особливий різновид композитів, порівнюючи їх зі словами, складники яких об'єднано дефісом, як-от: *eko-religijny, seks-shop* [6, с. 60–61]. Активність творення цієї низки слів в англійській мові і їхній приплив до слов'янських лексиконів живить продуктивність моделі творення композитів з першим ініціальним компонентом у професійному англійському лексиконі, пор. приклади, подані К. Вашаковою: *H-bomb* ← *hydrogenbomb*, *A-bomb* ← *atombomb*. В англійській філологічній літературі, як зауважує К. Вашакова, на позначення такого різновиду складних слів побутує термін *lettercompounds* «буквені складні слова» [6, с. 61]. За даними Національного корпусу польської мови Польської Академії наук (НКJPPAN) з прикметником *mailowy* зафіксовано 174 приклади, переважно з іменником *adres*, рідше – з іменником *kontakt*, в одному тексті засвідчено сполуку *listmailowy*. Натомість з прикметником-графічним варіантом *emejlowy* в цьому корпусі обсягом 240 192 461 слововживання не зафіксовано жодного прикладу.

У термінологічній українській лексиці також наявні зразки для творення подібних «літерних (буквених) композитів». З основою *e-* в текстах українських мас-медіа нам трапилася лише напівкалька *e-mail клієнт* з цікавим для нас англіцизмом у вигляді вкраплення або такі продукти мовної гри, як назва електронного літературного проекту *e-LITr*. Щоправда, українські відповідники з абресою *e-* і базовим для неї прикметником *електронний* широко представлені в термінологічних словниках, зокрема в «Англо-українському тлумачному словнику з обчислювальної техніки, Інтернету і програмування»: *e-навчання (електронне навчання), e-сервіс (електронний сервіс), e-ринок (електронний ринок)*, із сучасних текстів різних стилів додамо такі номінації нових понять і об'єктів, нейтральні та експресивно-оцінно забарвлені, як *електронна пошта, електронні вісті, електронна музика, електронний твір, електронний порадище, електронний формат (роботи з документами), електронний уряд, електронна демократія*.

Формування Інтернет-комунікації як нового відділу лексикону засвідчує істотний вплив потреб мовної практики на добір способів і засобів номінації його понять, їхніх вирізняльних ознак, що сприяє дедалі більшій семантико-функціональній диференціації лексем.

Список використаної літератури

1. Клименко Н. Ф. Динамічні процеси в сучасному українському лексиконі / Н. Ф. Клименко, С. А. Карпіловська, Л. П. Кислюк. – К. : Видавничий Дім Дмитра Бураго, 2008. – 336 с.
2. Пройдаков Е. М., Теплицький Л. А. Англо-український тлумачний словник з обчислювальної техніки, Інтернету і програмування. – К.: СофтПрес, 2006. – 824 с.
3. Російсько-український словник / За ред. В.В.Жайворонка. – К., 2003.
4. Сучасний словник іншомовних слів / [укл. О. І. Скопненко, Т. В. Цимбалюк]. – К. : Довіра, 2006. – 790 с.
5. Waszakowa K. Przejawy internacjonalizacji w słowotwórstwie współczesnej polszczyzny. – Warszawa: WUW, 2005.
6. Waszakowa K. Przejawy tendencji dointernacjonalizacji w systemach słowotwórczych języków zachodnio-słowiańskich // Słowotwórstwo / Nominacja. – Red. nauk. I.Ohnheiser. –Innsbruck: Univer. Innsbruck; Opole: Uniwer. Opolski, 2003. – S. 78–102.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Хайдер Т. В.

СЕМАНТИКА І СТРУКТУРА УКРАЇНСЬКИХ НАРОДНИХ ПРИКМЕТ

Посідаючи своєрідне місце серед жанрів пареміології, прикмети досі не стали предметом спеціального вивчення в достатньому обсязі. Прикмета – невід’ємна ланка національної культури, складник менталітету нації, особливий мікрожанр зі своєю унікальною естетикою, що вимагає багатоаспектного висвітлення. Своєю формою вони збагачують національну мову, і в цьому сенсі теж представляють інтерес для дослідження.

На думку науковців, прикмета – це паремійний жанр фольклору, репрезентований короткими клішованими висловленнями двочленної структури з домінантною прогностичною функцією, які відображають процес спостереження ознак навколишнього світу і виведення з них прогнозу на майбутнє.

Дослідники розглядали різні класифікації народних прикмет, ураховуючи їхні семантичні особливості. Так, М. В. Забилін поділяє прикмети на три тематичні групи:

1) «прикмети та симпатії»: у групі зібрані прикмети, які пов’язані з людиною: *«Не свисти в хаті – до бідності», «На столі сидіти – біду залучати»;*

2) «господарські прикмети», які відображають землеробський календар селянина, де сферою прогнозу є погодні умови, від яких залежить урожайність тих чи тих культур: *«Чорниця дозріла — дозріло й жито», «Травень холодний — рік хлібородний»;*

3) «народні прикмети за сонцем чи хмарами», де сферою спостереження є небесні тіла (місяць, сонце, зірки): *«Захід сонця червоний і не захмарений – буде ясно і вітряно», «Вранці проти сонця туман – дощу не буде» [1].*

Дещо іншу класифікацію пропонує О. Б. Христофорова. Вона виокремлює 5 основних типів народних прикмет залежно від поведінки елементів природного та культурного оточення людини:

1) метеорологічні та інші природні явища: *«Грім у жовтні — на безсніжну зиму»;*

2) поведінка матеріальних предметів та об’єктів (прикмети, які мають характеристики рослин, вогню, артефактів): *«Якщо вогонь в каміні розгорається без допомоги «віяла» - значить, поруч з тобою незримо присутній хтось ще»;*

3) поведінка тварин, птахів та інших представників фауни: *«Заєць по селу біжить – до пожежі»;*

4) поведінка людей: *«Не можна дівчині сидати на стіл – коровай не вдасться»;*

5) прикмети-передчуття, які ґрунтуються на відчуттях тіла: *«Горять вуха – хтось про вас говорить» [5].*

Т. С. Садова за змістовим принципом поділяє прикмети на:

1) агрономічні прикмети (прикмети на врожай): *«Рясно цвіте біла акація – на врожай картоплі»;*

2) астрономічні прикмети (прикмети про поведінку сонця та місяця): *«Якщо немовля народжується на молодий Місяць, то і в старості виглядатиме молодо»;*

3) галузеві та професійно-трудова прикмети (життєдіяльність людини: ремесло, полювання, рибальство, шиття, збір трав): *«Грім у спекотний день – до вдалого полювання на ведмедя» [3].*

У жодній із класифікацій не було приділено уваги прикметам, пов’язаним із церквою, священниками, нечистою силою. Їх можна класифікувати за ознакою присутності в них елемента релігії, напр.: *«Зустріти священика по дорозі на риболовлю – не на добро», «На Воздвиження в новому храмі ставлять дзвони і хрести на маківці».*

Гумористичні прикмети як окремий тип теж не був зафіксований у жодній класифікації, хоча становлять значну кількість. Доцільним вважаємо зарахувати їх до окремого типу, напр.: *«Ймовірність зустріти знайомих зростає, якщо ви йдете з людиною, знайомство з якою вам не хотілося б афішувати», «Якщо мати сміється над жартами тата, значить, в будинку гості».*

Аналіз семантичних особливостей українських народних прикмет дає змогу зробити

загальну їхню класифікацію за такими групами:

- 1) прикмети-прогнози;
- 2) прикмети-правила.

До прикмет-прогнозів зараховують: астрономічні та агрономічні прикмети. Прикмети-правила включають в себе: забобонні прикмети, сімейно-побутові, про тварин, гумористичні, прикмети з елементами релігії.

Останнім часом науковці все частіше звертаються до народних прикмет. Однак і дотепер залишається багато нерозв'язаних питань, які стосуються структури прикмет і методів їхнього опису. Досліджуючи народні прикмети, Г. Л. Перм'яков вказав на те, що їхні тексти за ознаками своєї зовнішньої мовної структури належать до клішованих фразових фольклорних форм із замкненою або незамкненою будовою речень і прогностичною функцією [2]. Т. В. Симашко зазначає, що прикмета повинна складатися з двох частин: 1 – що або коли відбудеться і 2 – заради чого відбудеться. Наприклад, 22 червня – Кирила: *«На Кирила зацвіла липа – на тепле сонячне літо»*; 2 серпня – Іллі: *«Минув Ілля – чекай гнилля»*. У наведених прикладах першу структурну частину становить дата або ім'я, закріплене в календарі, а другу – та інформація, заради якої варто пам'ятати про цей день [1].

Значну увагу вивченню структури народних прикмет приділяла Н. Н. Фаттахова. Дослідниця виокремлює три основних моделі побудови прикмет.

Перша модель – речення з нефіксованим тимчасовим детермінантом, який може реалізовуватися в поєднанні з дієсловом:

- а) наказового способу в 2-ій особі однини: *«На Олексія теплого діставай вулик»*, *«Вода в річці піниться – чекай дощу»*;
- б) з дієсловом у формі 3-ї особи множини: *«Глибокий сніг у січні – будуть дощі влітку»*, *«Якщо дерева в січні часто покриваються інієм – на щедрий врожай»*;
- в) з дієсловом у формі інфінітива: *«Сорока тулиться до оселі – бути віхолі»*, *«Взимку ліс без вітру шумить – бути хуртовині»*;

Другу модель утворюють складнопідрядні речення з підрядним умови. Зазвичай, це:

- 1) зміни в рослинному світі: *«Якщо на соснах та ялинах багато шишок, зернові вродять добре»*, *«Якщо Василева ніч зоряна – літо буде ягідним»*;
- 2) приліт птахів та їхня поведінка: *«Якщо бузьки не відлетіли до Покрови – на теплу зиму»*, *«Якщо ворона під крило ніс ховає – до холоду»*;

Підрядна частина щодо головної може перебувати: 1) в постпозиції: *«Сій овес, коли боса нога на ріллі не мерзне»*, *«Сій овес, коли березовий лист тільки починає розпускатися»* 2) в препозиції: *«Коли летять перші журавлі, тоді пора сіяти горох»*, *«Коли прилітають ластівки – час сіяти просо»*.

Третю модель становлять безсполучникові речення: *«Коти на ніч лізуть грітисся – ніч буде з приморозками»* [4].

Отже, прикмети – окремих жанр паремій зі своєрідними семантичними та структурними особливостями. У них присутні дві ситуації, з яких одна залежить від іншої: вони відбуваються одночасно або послідовно. У структурі народних прикмет простежуємо природний причинно-наслідковий зв'язок між умовою і його наслідком, незалежно від волі мовця.

Список використаної літератури:

1. Гур'єва Т. А. Класифікація та визначення народних прикмет / Т. А. Гур'єва. – Полтава: Полимет, 2001. – С. 167–177.
2. Перм'яков Г. Л. Основы структурной паремиологии / Г. Л. Перм'яков. – Москва: Наука, 1988. – С. 101–102.
3. Садова Т. С. Народна прикмета як текст і проблеми лінгвістики фольклорного тексту / Т. С. Садова. – Санкт-Петербург : Талант, 2004. – С. 212 – 213.
4. Фаттахова Н. Н. Семантико-синтаксические отношения и способы их репрезентации в народных приметах // Сборник научных трудов / под общ. ред. докт. фил. наук, проф. А. А. Аминовой. – Казань, 2003. – С. 140–147.
5. Христофорова О. Б. К вопросу о структуре приметы / О. Б. Христофорова // Мировое древо. – 1998. – № 6. – С. 30–47.

Науковий керівник: д. філол. н., професор Калько М. І.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТЕМПОРАЛЬНИХ ДЕТЕРМІНАНТІВ (НА МАТЕРІАЛІ РОМАНУ «ПОКРОВ» ЛЮКО ДАШВАР)

Мова сучасних художніх текстів має своєрідну лексичну, морфологічну та синтаксичну специфіку. На синтаксичному рівні показовими є детермінантні поширювачі, основна ознака яких – їхня вторинність, похідність, трансформаційна пов'язаність зі структурою речення.

На початку 60-х рр. ХХ століття російський мовознавець Н. Ю. Шведова [5] висунула ідею про члени речення, що не залежать від будь-якого граматично домінантного компонента й поширюють речення загалом. Роботи Н. Ю. Шведової зумовили наукову дискусію щодо детермінантів. В українському мовознавстві проблема детермінантів має теоретичне обґрунтування в працях І. Р. Вихованця [1], А. П. Загнітка [2], Н. Л. Іваницької [3] та ін. Водночас вивчення специфіки детермінантних поширювачів у проекції на індивідуальний стиль сучасних письменників є доцільним та перспективним.

Мета статті полягає в дослідженні структурно-семантичних особливостей темпоральних детермінантів у романі «Покров» Люко Дашвар.

Темпоральні поширювачі, характеризуючи динамічний і локалізований у часі предикативний процес, уточнюють часові параметри. Залежно від їхнього наповнення в сучасному українському художньому мовленні виокремлюють п'ять найпродуктивніших типів синтаксем із часовими характеристиками дії: детермінанти на позначення частини доби, пори року, певних періодів життя людини, назв різноманітних свят, нечіткої / чіткої часової межі та ін. [4, с. 180].

Проаналізувавши роман Люко Дашвар «Покров», ми з'ясували, що на структурно-граматичному рівні темпоральні детермінанти реалізовані такими морфологічними варіантами:

1) прислівниками на позначення:

а) частини доби, напр.: *Щоранку* прокидалася раніше за всіх... (с. 273); *Пізно увечері* <...> *Мар'яна* полетіла до Хотинського (с. 52); *Тільки увечері*, коли всі розійдуться, бо інакше ми всі тут потруїмося! (с. 21);

б) нечіткої часової межі, напр.: *Отоді-то* вони і перетнулись вперше – Курт і Алекс (с. 179); *Відтоді* Ярка кілька разів бачила, з газетами якимись усюди ходив (с. 149); *Тепер* ти зможеш з'ясувати приблизний час одруження нашого козачка! (с. 53);

2) прийменниково-відмінковими компонентами на позначення:

а) періодів життя людини, напр.: *Після восьмого класу* з батьками до Канади емігрував, вивчився, відкрив власну юридичну фірму (с. 50); *За тиждень до вінчання* вже милувалася в хрущовці на Воскресенці тоненькою, як павутиння, фатою, напівпрозорими рукавичками та білосніжними, стильними до запаморочення лодочками... (с. 240);

б) назв різноманітних свят, напр.: *На Покрову* в козелецькому соборі Різдва Пресвятої Богородиці Ярема Дорош вперше побачив своє сонце (с. 8); *Після Великодня* в маленькій сільській церквці під Ніжином міщанка Перпетуя Маркова Ізоватова вінчалася з Самійлом Андрієвим Дорошем... (с. 7); *У переддень Миколая* вперше зустріла ранок у барлозі Хотинського <...> (с. 50);

3) займенниково-іменниковими компонентами (без прийменника чи з ним) на позначення частини доби, напр.: *Того ранку* все криво (с. 48); *Того ж дня* в домі предводителя козелецького повітового дворянства зграйка панночок на чолі з хазяйкою Доллі розлилася буфетною... (с. 8);

4) прийменниково-числівниковими, прислівниково-числівниковими або числівниковими комплексами на позначення точно окреслених часових параметрів, напр.: *Узимку 1933-го* голод косив людей тисячами... (с. 304); *Тридцятого листопада 2013-го* в ніч до відділку притягли вже напівмертвого (с. 368); *За тридцять сім років, навесні 1881-го*, до канадського «Банку Монреалю» завітала скромно вбрана сива пані... (с. 15).

Широко залучено прийменниково-відмінкові звороти зі зазначенням часу, компонентами яких є іменники різних семантичних розрядів. На матеріалі роману «Покров» виокремлено такі підгрупи:

1) прийменниково-відмінкові звороти, складниками яких є іменники на позначення часу тижня чи назви днів тижня, напр.: *У понеділок я з роботи відпрошуся, удвох до університету сходимо, питаємо* (с. 33); *За тиждень на порозі став Хотинський* (с. 249);

2) прийменниково-відмінкові структури, у складі яких є назви місяців, ужиті зазвичай у місцевому відмінку з прийменником *в*, напр.: *У грудні 1916-го численне сімейство фон Лютцгофів зібралось на різдвяні свята до Бремена...* (с. 118);

3) конструкції з родовим часу від назв частин року, напр.: *Минулої зими птахи вікно розбили <...>* (с. 175); *На початку літа народжувати* (с. 247); *В останній день осені, 30 листопада 2013 року, директор вигнав колектив агенції на роботу <...>* (с. 25); *В ніч проти тридцятого листопада 2013 року, <...> коли ти привіз мене додому, а я стояла біля під'їзду...* (с. 246);

4) конструкції на позначення частин доби, напр.: *До півдня би очей не розплющила, та незвичний гамір у коридорі змусив відірватися від подушок* (с. 89); *Під ранок мобільний сам ожив: номер невизначений* (с. 220);

5) конструкції зі значенням умовних вимірів часу, напр.: *Мить тому Дорошеві й ворухнутися було несила <...>* (с. 2); *За годину Пітер має приїхати <...>* (с. 242); *Усі двадцять сім років свого життя тільки те і робить, що невдачі збирає* (с. 19);

6) прийменниково-відмінкові конструкції на позначення загальних часових понять, напр.: *Вік би вас усіх не бачити!* (с. 137); *Та час від часу вона ловила на собі допитливий уважний погляд Хотинського* (с. 20);

7) прийменниково-відмінкові конструкції з прийменниками *в*, *на* та іменниками нечасової семантики, напр.: *На свята в нас якось... не по-людськи все вийшло* (с. 154).

Темпоральні поширювачі виражають різні відтінки часових відношень, зокрема:

1) означену одночасність, напр.: *Сьомого відсвяткуємо і Новий Рік, і Різдво* (с. 23); *Сьогодні тебе помітили, Озерова* (с. 39); *За тиждень поклони бив...* (с. 16); *Тридцятого листопада 2013 року Мар'яна Озерова гостріше, ніж зазвичай, із розпачем усвідомила: проти неї – весь світ!* (с. 18); *Тридцятого листопада 2013-го в ніч до відділку притягли вже напівмертвого* (с. 245);

2) неозначену одночасність, напр.: *Потім мама з бабою Сашею проплакали цілу ніч...* (с. 174); *А потім – працюємо!* (с. 28); *Попервах уся та гра з «Паркером»-зв'язківцем інтригувала і збуджувала <...>* (с. 25); *Зараз Хотинський викличе таксі <...>* (с. 25);

3) часову наступність, напр.: *Після двогодинного мордування врешті зупинилась на абсурдній для зими шифоновій туніці...* (с. 101); *За п'ятнадцять хвилин – уже і восьма вечора* (с. 28); *Та після обідньої перерви з'ясувалося, що в парфумів є ще одна фішка – запах ніяк не бажав вивірюватися і зникати* (с. 21); *З того дня «Паркер» Хотинського став Мар'яниним зв'язківцем <...>* (с. 24).

Отже, словоформи з часовим значенням, які належать до семантичного типу фонових детермінантів, створюють темпоральний фон для події, позначеної рештою синтаксичного складу висловлення. Темпоральні детермінанти на структурно-граматичному рівні реалізовані різними морфологічними варіантами, такими як прислівники, прийменниково-відмінкові словоформи, займенниково-іменникові та прийменниково-числівникові компоненти.

Список використаної літератури:

1. Вихованець І. Р. Формально-граматична структура речення // Семантико-синтаксична структура речення / І. Р. Вихованець, К. Г. Городенська, В. М. Русанівський. – К. : Наукова думка, 1983. – С. 25–30.

2. Загнітко А. П. Теоретична граматики сучасної української мови. Морфологія. Синтаксис / А. П. Загнітко. – Донецьк : ТОВ «ВКФ «БАО», 2011. – 992 с.

3. Іваницька Н. Л. Семантична структура двоскладного речення / Н. Л. Іваницька // Українська мова і література в школі. – 1986. – № 1. – С. 36–41.

4. Кутня Г. В. Обставинна детермінація предикатів процесу в сучасній українській мові / Г. В. Кутня // Лінгвістичні студії : зб. наук. праць / укл. : А. П. Загнітко та ін. – Донецьк : ДонНУ, 2005. – Вип. 13. – С. 178–184.

5. Шведова Н. Ю. Существуют ли детерминанты как самостоятельные распространители предложения / Н. Ю. Шведова // Вопросы языкознания. – 1968. – № 2. – С. 39–50.

Науковий керівник: д. філол. н., доцент Шитик Л. В.

ЖУРНАЛІСТИКА

МЕДІЙНА ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ХУДОЖНЬОГО БРЕНДА

Унаслідок впливу інформаційного простору світ сприймає Україну як осередок політичної нестабільності й корупції, низької культурної привабливості та поганого інвестиційного клімату. Щоб змінити породжене уявлення, варто посилити можливості держави на міжнародній арені через активність українського бізнесу. Саме тому постає потреба в пошуку ефективних механізмів підтримки іміджу перспективних вітчизняних брендів, їх популяризації для підвищення довіри споживачів до товарів національного виробництва та успішного позиціонування України у світі.

На особливу увагу заслуговують сучасні бренди, що використовують у своїй творчості етнічні мотиви. У такий спосіб компанії демонструють, що українське народне мистецтво не лише зберігають, досліджують, але й розвивають у новітньому часі. Однак в умовах жорсткої конкуренції підприємствам стає недостатньо лише виготовляти якісний товар чи пропонувати унікальні послуги. Усе частіше битва за споживача відбувається завдяки PR-технологіям – засобам та методам популяризації, які спрямовані на формування позитивного образу компанії в інформаційному середовищі. Персональний і креативно організований піар сприяє формуванню у свідомості аудиторії привабливого, тривалого іміджу, оптимізує його комерційні та маркетингові можливості.

Серед дієвих способів миттєвого впливу на аудиторію варто назвати оновлення контенту на офіційному веб-сайті етнічно орієнтованого бренда та на персональній сторінці в соцмережі «Facebook». Активна діяльність у мережі допомагає утвердити позитивну репутацію, налагодити зворотний зв'язок із користувачами, удосконалити взаємини, оцінити інтереси й судження аудиторії, завоювати довіру. Для досягнення результатів найбільш ефективним й інноваційним засобом промоції є мультимедійні історії, які можуть бути пристосовані до будь-якої технічної платформи з метою опублікування. Лонгрид повністю задовольняє потреби аудиторії, оскільки привернення уваги споживачів відбувається за допомогою всіх каналів сприйняття інформації в режимі он-лайн. Такий матеріал поширюватимуть у соцмережах, що сприятиме збільшенню кількості читачів на сайті.

Сучасні промотехнології поставали предметом пильної уваги багатьох науковців. Специфіку формату лонгридів вивчали А. Смутко [5] та І. Фанта [6]. Практичні рекомендації й механізми створення мультимедійної історії описано в праці Л. Василик [8]. Ключові питання теорії використання соціальних мереж як сучасний маркетинговий інструмент просування бренду досліджував Л. Іваненко [1]. Теоретичні основи та практичні аспекти розвитку бренду висвітлено в працях із маркетингу й реклами К. Келлера [2], В. Перція [3], Л. Сапегі й Т. Співаковської [4], Л. Чернатоні [7] та інших науковців. Оперування цими відомостями сприяє ефективній промоції національного художнього бренду.

У маркетингу промоція – це сукупність дій і засобів, за допомогою яких організація транслює інформацію на ринок щодо власних товару чи послуг, вивчає потреби споживачів, заохочує їх до придбання, прогнозує та скеровує попит, а також повідомляє про переваги власної продукції й можливості її подальшого використання [2]. Така діяльність має на меті скоротити дистанцію між ринковою пропозицією та її цільовою аудиторією.

Нині в процесі перетворення Інтернету з глобального засобу комунікації на ефективний спосіб ведення бізнесу важливу роль відіграє правильний вибір інструментів просування, що поєднує традиційні елементи комплексу маркетингових комунікацій і нові, які застосовують лише в мережі. Успіх і результативність діяльності брендів залежать від швидкого реагування на зміни щодо нових промотехнологій та інструментів маркетингу.

Вдалою технологією привернення уваги й залучення цільової аудиторії є створення та поширення актуальної, цінної інформації про бренд [4]. Посутнє значення мають сучасні комунікаційні технології, які дають змогу впливати на людину не лише через текст, а й

візуальними та радійними інструментами: подкастами, відеокліпами, ілюстраціями, інфографікою тощо [8]. На нашу думку, потужні ресурси в цьому напрямі має мультимедійний лонгрид, який допомагає всебічно інформувати користувачів певного інтернет-ресурсу про бренд завдяки привабливому дизайнові тексту й використанню інтерактивних елементів. Лонгрид – запотребований формат подання інформації, що передбачає гармонійний синтез усіх типів медійного контенту [5]. Це вможливує сприйняття інформації не лише в текстовому, а й у візуальному вимірах.

Якісний лонгрид не може стати «несвіжим», як новини, або застаріти, як аналітика. Створена мультимедійна історія допомагатиме бізнесу навіть через кілька років, оскільки вона привертає увагу як цільової аудиторії, так і пошукових систем. При цьому лонгрид «працює» на перспективу, що дає змогу протягом тривалого періоду після публікації отримувати переходи на сайт із пошуку, соціальних мереж тощо. Як наслідок частота відвідуваності сайту поліпшується, це зафіксує ідеологію бренду у свідомості споживача [6].

Дієвим вважаємо застосування стратегічних прийомів і засобів у соціальних мережах. Використання всіх можливих стратегій і тактик для роботи на комунікаційних платформах, зокрема: генерування публікації, цифрових матеріалів, викладання інформації про останні новини, інтерактивні повідомлення, соціальна відкритість – дає змогу компанії посилити авторитет, налагодити міцний зв'язок між споживачами та брендом, підвищити відсоток лояльних клієнтів, посилити популярність і впізнаваність бренду [7].

Бренд повинен передусім знаходити емоційний відгук у свідомості споживача, викликати певний естетичний образ, бажання приєднатися до світу компанії після купівлі продукту чи вибору послуги [1]. Аудиторія має захотіти асоціювати себе з брендом, ідентифікувати індивідуальні риси й цінності поряд з іншими конкурентами. Практично неможливо реалізувати це, якщо компанія не відома для споживачів, не викликає в них довіри.

Отже, створення мультимедійних історій про національний художній бренд допоможе сформуванню привабливий імідж компанії у свідомості споживача, збільшити частоту відвідуваності сайту. Додаткове оновлення контенту на мережевих майданчиках, які слугують потужними комунікаційними інструментами, платформою для розвитку мережі контактів і маркетинговими майданчиками, оптимізує інформування, взаємодію з аудиторією, налагодження тривалих, ефективних комунікацій, формування лояльності та позитивної репутації.

Список використаних джерел:

1. Іваненко Л. Соціальні мережі як сучасний маркетинговий інструмент просування бренду [Електронний ресурс] / Л. Іваненко. – Режим доступу : <http://jeou.donnu.edu.ua/article/view/2887/2926>.
2. Келлер К. Стратегический бренд-менеджмент: Создание, оценка и управление марочным капиталом / К. Келлер ; пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005. – 704 с.
3. Перция В. Анатомия бренда / В. Перция, – М. : Изд-во «Вершина», 2007. – 288 с.
4. Сапега Л., Співаковська Т. Особливості контент-маркетингу як самостійного елементу просування в Інтернеті / Л. Сапега, Т. Співаковська // Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених. – 2014. – Вип. 8. – С. 75–82.
5. Смутко А. Як створити мультимедійний текст у формі лонгриду [Електронний ресурс] / А. Смутко. – Режим доступу : <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads>.
6. Фанта І. Лонгриди можуть приваблювати більше трафіку на сайт, ніж топ-новини [Електронний ресурс] / І. Фанта. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/.
7. Чернатони Л. Брендинг. Как создать мощный бренд / Л. Чернатони, М. МакДональд. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 559 с.
8. Vasylyk L. Transmedia storytelling / L. Vasylyk // A Textbook of Cross-Media, Schiller Publishing House, Bonn. – 2015. – P. 27–35.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Бондаренко Т. Г.

ЗАСОБИ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ НА УКРАЇНСЬКОМУ ТЕЛЕБАЧЕННІ

Здоров'я – важлива й необхідна умова повноцінного життя людини в суспільстві. Інформація про нього повинна посідати провідне місце в системі медійного простору, оскільки це значною мірою впливає на загальний рівень захворюваності населення. Формування нової культури здоров'я, підвищення обізнаності населення в галузі медицини мають бути важливими завданнями медійників. Адже незадовільний рівень здоров'я суспільства – це не проблема лише медицини чи держави, а загалом усіх соціальних інститутів.

Медицина як самостійна наукова галузь перебуває в постійному розвитку. Попит же на поширення якісних наукових знань на телебаченні пов'язаний безпосередньо з процесом розвитку практичної охорони здоров'я, медичної науки та загальноосвітньої системи обміну науковою інформацією.

Ця тематика належить не лише до медичної категорії, а насамперед – соціальної. Тема здорового способу життя охоплює причини виникнення, профілактику й раннє діагностування хвороб, медичну статистику, життєві історії різних людей, які пов'язані зі спортом або медициною та ін. Тож ЗМІ відіграють визначальну роль у заходах запобігання поширення хвороб і можуть сформувати суспільну думку про те, що уникнути захворювань можна, дотримуючись здорового способу життя.

Тему висвітлення здоров'я в сучасних засобах масової інформації досліджували науковці С. Нерян, І. Нікберг. Поняття медичної журналістики та історію її становлення з'ясували Г. Демочко[6] і С. Кость [7]. Попри це в науковій літературі донині не було порушене питання про популяризацію здорового способу життя на українському телебаченні.

У ході роботи виокремлено такі основні ознаки програм про здоровий спосіб життя: охоплення широкої аудиторії, яка цікавиться найбільш ефективними методами покращення стану здоров'я, зважаючи на свою стать, вік та впливи специфічних чинників; об'єктом відображення у таких програмах постають найбільш поширені захворювання, профілактика й лікування, медична статистика, нові закони галузі, стан державних та приватних медичних закладів, тренди в харчуванні та спорті, історії відомих та звичайних людей, нові досягнення у медичній сфері. Ці теми відображають на телеекрані за допомогою нарисів, інтерв'ю, репортажів, багатосерійних проектів у форматах ток-шоу навчальних програм та інших. Зазначені ознаки умотивовують функційне призначення програм про здоровий спосіб життя – реалізацію інформативної, аналітичної, пізнавальної, соціальної, контрольної та функції пропагування.

Аналіз теоретичної частини дослідження уможливив визначення особливості композиції та жанрового оформлення програм про здоровий спосіб життя на українському телебаченні. Зроблено спробу визначити певні тенденції висвітлення обраних тем і поділити їх на дві групи. Перша – це програми первинної профілактики, які передбачають дві стратегії: популяризаційну й індивідуальну. Тобто в першому випадку програми пропагують здоровий спосіб життя для всього населення як ключ до розв'язання багатьох проблем зі здоров'ям, а в другому відбувається профілактика серед груп ризику за епідеміологічними ознаками. Друга група – це вторинна профілактика – комплекс заходів щодо усунення виражених факторів ризику, які за певних умов можуть призвести до загострення або рецидиву захворювання.

Щоб краще донести аудиторії інформацію про здоровий спосіб життя, повний фактаж, думки фахівців, інтерв'ю з героями, результати експертиз та ін., її потрібно втілити в певному жанрі.

Сучасна система телевізійних жанрів об'єднує різні формати журналістики, мистецтва, популяризації науки, а також форми розваги та навчання – починаючи від ток-шоу, телепередач і навчальних програм до теленовел і розважальних шоу. Останній тип є одним із найпопулярніших серед проаналізованих програм про здоровий спосіб життя.

Наприклад, як розважальне шоу класифікуємо програми «Життя без обману» («1+1»), реаліті-шоу про перевтілення жінок «Поверніть мені красу» («1+1»), медичні проекти «Я соромлюсь свого тіла» («СТБ») та «За живе!» («СТБ»), розважальне шоу на сімейну тематику «Все буде добре» («СТБ») і проект для учасників, які страждають від зайвої ваги, «Зважені та щасливі» («СТБ»). У зазначених програмах журналісти, які порушують тему здорового способу життя, найчастіше створюють інформаційні продукти про схуднення та спортивні заняття, які не потребують великих зусиль, або намагаються зробити матеріал сенсаційним за допомогою пошуку цікавих фахівців та унікальних героїв чи показу особистих, майже інтимних речей.

Найбагатшою палітрою тем серед проаналізованих програм, на нашу думку, відрізняється «Сніданок з 1+1». У сюжетах «Сніданку» часто присутні лікар-дієтолог Наталія Носко і Галина Незговорова, експерт з правильного харчування Лора Філіпова, українські спортсмени, медики, представники Міністерства охорони здоров'я України та інші фахівці. Гостями програми стають і звичайні люди, які досягли успіхів у схудненні: «Подружжя, яке важило 213 кг, поділилося своєю історією схуднення», «Вона перемогла себе і схудла на 34 кг – в гостях Тетяна Примак», «Набрати вагу важче, ніж скинути – історія дівчини, яка схудла до 47 кілограмів». Темата сюжетів постають різні проблеми та способи їхнього вирішення: «Чому виникають пігментні плями і як із ними боротися», «Чому в аптеках неможливо придбати вакцини», а також поради для повсякдення, які допоможуть глядачам наблизити свій стиль життя до здорового та правильного: «Спортивна кулінарія: фігурні млинці та свіжі новини», «Майстер-клас із йоги: Людмила Барбір та Ірина Гулей виконали асани в прямому ефірі», «Які рослини можна вирощувати алергікам»

Отже, тема здорового способу життя – це одне з найактуальніших та найбільш обговорюваних питань сьогодення, яке стосується багатьох сфер, починаючи від стосунків з людьми, закінчуючи гігієнічними процедурами. У висвітленні таких тем присутню роль відіграє телебачення, яке є основним способом і головним джерелом інформування громадськості про актуальні питання здорового способу життя. Для підготовки якісних матеріалів важливо обрати актуальну тему й відповідну композицію, зумовлену жанром програми, яка зробить матеріал легким для сприйняття аудиторією.

Список використаних джерел:

1. Акинфиев С. Развлекательная составляющая современного телевидения [Электронный ресурс] / С. Акинфиев // Электронный научный журнал «Медиаскоп»: [Веб-сайт]. – Режим доступа : <http://med.ascorp.ru/node/230>.
2. Александровский Б. П. Словарь клинических терминов (с переводным и толковым значением) / Б. П. Александровский, В. Г. Соколовский – К : Здоров'я, 1969. – 248 с.
3. Андрущенко М. Ю. Іміджеві імперативи українського телебачення: монографія / М. Ю. Андрущенко. – К : Щек, 2008. – 215 с.
4. Бутрим В. В. Телебачення прямого ефіру: навч. посіб. / В. В. Бутрим, І. Г. Машенко. – К : Либідь, 1991. – 200 с.
5. Гріневич І. І. Сутність здорового способу життя: історично-педагогічний аналіз проблеми // Наукові записки. Психолого-педагогічні науки. – Ніжин, 2001. – № 1. – с. 92–99.
6. Демочко Г. Харківська медична періодика 1920-30-х рр. як джерело з історії охорони здоров'я у столиці Радянської України / Г. Демочко // Сьомі Богданівські читання : матеріали Всеукраїнської наукової конференції з нагоди 417-річчя від дня народження гетьмана Богдана Хмельницького / ЧНУ ім. Б. Хмельницького – Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2013. – 480 с.
7. Кость С. Західноукраїнська преса першої половини ХХ ст. у всеукраїнському контексті (засади діяльності, періодизація, структура, особливості функціонування) / С. Кость ; М-во освіти і науки України, Львів. національний університет ім. Івана Франка. - Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2006. - 514 с.
8. Сніданок 1+1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://1plus1.ua/snidanok-z-1-1>.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Надточій О. Л.

МУЛЬТИМЕДІЙНІ ПУБЛІКАЦІЇ КОМЕРЦІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ

Популярність онлайн-сторителінгу дає змогу багатьом підприємствам, компаніям та іншим комерційним організаціям використовувати цей метод для поширення свого продукту на ринку. Мультимедійні публікації все частіше почали використовувати з комерційною метою, тому в мережі з'явився термін «*комерційні лонгриди*» – це не рекламні матеріали й не лендинги, оскільки вони призначені для того, щоб надати постійним і потенційним клієнтам вичерпну інформацію про компанію, про тенденції її діяльності, про продукт та процес його виготовлення [3]. Маркетологи сприймають лонгриди як майданчик, який потенційно можна продати рекламодавцеві.

Теоретичні аспекти досліджуваного явища проаналізовано в роботах медіаспеціалістів, які дають поради щодо розроблення мультимедійних історій (Л. Василик [1], О. Нестеренко [4]); характеризують специфіку нового медіаформату (А. Смукто [5]); досліджують функційне навантаження журналістських публікацій в інтернеті (Л. Федотова [6], І. Фомічова [7]).

Мета статті полягає у вивченні специфіки продукування мультимедійних публікацій комерційного спрямування.

Комерційний сторителінг – це маркетинговий інструмент, у якому інформація про товар або послугу подано у форматі «розповідання історій». Клієнта інформують про переваги перед іншими компаніями, корисність та зручність послуг у форматі ненав'язливих історій, відгуків клієнтів, життєвих ситуацій, що й робить такий маркетинг ближчим до клієнта [7]. *Сторителінг* – це можливість привернути до себе увагу в потоці інформаційного шуму. Навіть такий гігант, як «Google», не гребує зайвий раз нагадати про себе за допомогою кампанії «*Okay, Google*» (<http://ok-google.io>) або не менш відомої «*We are all Storytellers*» (<https://www.theodysseyonline.com/eligible-princes>).

С. Ілдер у своїй статті «Методи онлайн-сторителінгу» досліджує компанії, які використовують медійні історії, та з'ясовує переваги цього формату [8]. Якісний лонгрид сприяє розкрутці бренду, адже хороший контент запам'ятовується надовго. Під час написання лонгриду можна забути про формування унікальних товарних пропозицій, знижки, акції, кнопки із закликком до дії, оскільки головна мета – не продати, а привернути увагу і створити імідж експерта. До переваг комерційних лонгридів зараховують: *підвищення лояльності клієнтів; трансформацію читачів у постійних покупців; збільшення часу зняття на сторінках сайту (15–30 хв.)*. До недоліків мультимедійних лонгридів зараховують: *необхідність володіти досвідом написання статей; інформація повинна бути докладною й повністю розкривати тему; текст має бути органічним* – не можна використовувати рекламу (особливо в заголовках).

Про те, що вибір автомобіля – складна річ, інформує матеріал «*Ветер в парус. Тест-драйв Porsche Cayenne S*» (<https://nv.ua/project/porsche-cayenne-s-2470559.html>), який допоможе дізнатися про характеристики автомобіля, його переваги та недоліки, подати думки тих, хто тестував цей автомобіль.

Онлайн-майданчик для розміщення, пошуку й короткотермінової оренди приватного житла по всьому світу «*Airbnb*» (<https://www.airbnb.ru/locations/london>) також розміщує лонгриди. На головній сторінці розміщено вдалі зображення – по одному на кожен напрямок подорожі, цікаві фото, корисна інформація й поради.

Майданчиком для презентації історій можуть бути соціальні мережі, перевагою яких є інтерактивність. Це, наприклад, спільнота «*Starbuds*» у Фейсбуці (<https://www.facebook.com/Starbuds>) та «*Red Bull*» в Інстаграмі (<https://www.instagram.com/redbull/>).

Щоб покращити якість мультимедійних історій, до них додають різні інфографіки, наприклад карикатурну чи схематичну. *Інфографіка* – це головоломка, а тому лише зібравши

всі пазли, можна отримати повну картину. Сайти намагаються зробити так, щоб пазли було цікаво «збирати». Та інфографіка – не єдиний спосіб зацікавити читача. Користувачам подобається взаємодіяти з реальними людьми. Це якраз те, що роблять «*Testflight*» (<https://testflightapp.com/>) за допомогою малюнків. Усе має такий вигляд, ніби ви зараз в одній кімнаті зі співробітниками цієї компанії, і вони щойно намалювали все, щоб наочно показати свою діяльність. Завдяки скетчевим зображенням історія буде викликати більше довіри.

Популярний відеосервіс «*Wistia*» (<https://wistia.com/>) призначений для вбудовування відео на будь-які платформи. На головній сторінці розміщені одразу три ролики – можна вибрати той, що найбільше відповідає вашим завданням. Кожне відео має героїв – це працівники компанії, які розповідають про свою роботу. Після перегляду одного ролика автоматично відкривається наступний, щоб зберегти логічність історії.

Приклад паралаксу на сайті «*Peugeot*» (<http://graphicnovel-hybrid4.peugeot.com/start.html>) демонструє нову технологію «*HYbrid4*». Це мальований роман, дії в якому розвиваються відповідно до скролінгу. Читач стає героєм, перед яким поставлено складне завдання: захопити секретні дані й сховатися. За кожним прокручуванням читач стає свідком розвитку подій і дізнається про режими «*HYbrid4*», інформація про які з'являється паралельно до основного сценарію. Історія зацікавлює музичним оформленням і звуковими ефектами.

Головна сторінка сайту «*TEDxGUC*» (<http://ww12.tedxguc.com/>) – невелика TED-казка на паралаксі, яка закінчується пропозицією зареєструватися на сервісі. Скролячи сторінку до низу, ви дізнаєтеся про історію компанії, а також про те, як скромні ідеї можуть змінити світ, якщо над їхнім утіленням працюватиме кілька людей. Переглянувши історію, ви отримаєте пропозицію приєднатися до спільноти «*TED*».

На сьогодні активно розвивається напрям *hypertelling*, який передбачає повну залученість та участь користувачів у створенні історії бренду чи іміджевої легенди. Поняття «*hypertelling*» увів до обігу директор «*Google Zoo*» (головної креативної команди Google) М. Япп, який давно помітив психологічну зміну поведінки користувачів [2]. Прикладом цього формату є публікація «*Franz Ferdinand вперше виступлять в Україні*» (<https://inspired.com.ua/culture/franz-ferdinand-vpershe-vystuplyat-v-ukrayini/>), у якій ідеться про перший виступ шотландського гурту. У матеріалі використано відео з виступів гурту, цікаві факти про виконавців, скрини їхніх повідомлень у соціальних мережах.

Отже, завдяки зростанню популярності онлайн-сторителінгу, медійні історії все частіше використовують із комерційною метою. Роблять це для просування продукції чи бренду на ринку.

Список використаних джерел:

1. Василик Л. Є. Крос-медіа як тренд сучасної журналістики [Електронний ресурс] / Л. Є. Василик // Наукові записки Інституту журналістики. – 2013. – Т. 52. – С. 297–300. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzizh_2013_52_59.
2. Забудьте про storytelling, hypertelling формує майбутнє реклами [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://inspired.com.ua/ideas/zabudte-pro-storytelling-hypertelling-formuye-majbutnye-reklamy/>.
3. Лонгрид: причини популярності длинних текстів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://madcats.ru/content-marketing/longreads-how-to/>.
4. Нестеренко О. А. Технологія створення сторителінгу / О. А. Нестеренко // Перспективні напрямки дослідження українського медійного контенту : фундаментальні та прикладні аспекти : матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конференції ; наук. ред. В. Різун; упоряд. Т. Скотникова, А. Волубуєва. – Київ : Ін-т журналістики, 2016. – С. 46–51.
5. Смутко А. Бери й пиши: як створити мультимедійний текст у форматі longread [Електронний ресурс] / А. Смутко. – Режим доступу : <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/>.
6. Федотова Л. Н. Паблік рилейшнз и общественное мнение / Л. Н. Федотова. – СПб. : Питер, 2003. – 352 с.
7. Фомичева И. Д. Социология СМИ / И. Д. Фомичева. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 335 с.
8. Ilder S. Popular Methods for Online Storytelling [Electronic resource] / S. Ilder // Usabilla. – Access mode : <http://blog.usabilla.com/popular-methods-online-storytelling/>.

Науковий керівник: викладач Нестеренко О. А.

РІЗНОВИДИ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ ЗА ФУНКЦІЙНОЮ СПРЯМОВАНІСТЮ

Телереклама належить до найефективніших різновидів реклами, оскільки в ній поєднано візуальний і вербальний компоненти, тож у споживача наявна можливість спостерігати за об'єктом рекламування в динаміці. Телебачення дозволяє зробити широку імідж-рекламу завдяки величезній кількості глядачів, стимулювати їх до придбання товару чи послуги. Тому її ефективність таких звернень дуже висока. Невід'ємним компонентом телереклами є слоган – коротке гасло, девіз, який сприяє запам'ятовуванню товару чи послуги та відтворює основну концепцію рекламної кампанії [7].

Вивченню функційної ролі слоганів у телерекламі, аналізу їхніх різновидів присвячено розвідки Д. Добровольської [1], Н. Колесникової [2], Г. Петрова [6] та ін. Вимоги щодо створення рекламних гасел, здатних ефективно впливати на споживача, описували у своїх роботах науковці О. Крутоголова [3], Л. Левченко [4], В. Слушаєнко [7], О. Шевченко [8].

Мета статті полягає у виявленні широкого спектру різних видів слоганів за таким критерієм, як функційне спрямування. Рекламний слоган спрямований передусім на те, щоб позитивно вплинути на адресата та спонукати його до здійснення конкретної практичної дії [4]. Слоган відображає рекламну концепцію того чи того товару й політику компанії виробника.

Закладені в слогані вербальні та невербальні елементи потрібно розглядати не ізольовано, а у єдності, оскільки вони комплексно сприяють ефективності інтерпретації інформації в процесі комунікативної діяльності. Будь-яке вербальне повідомлення є складним інформаційним продуктом, що враховує не лише інтереси комунікатора, а й подальші дії реципієнтів. Вербальний текст уточнює побачені споживачами візуальні образи, скеровує їх сприйняття в потрібному напрямку, оскільки першими звертають на себе увагу образи, які створюють візуальний ряд, але подекуди вони настільки абстрактні та багатозначні, що тільки текст дозволяє задати потрібний рівень сприйняття [5].

Найважливішою складовою частиною девізу є слово. Воно передає зміст реклами, за його допомогою ми можемо дізнатися про якість пропонованого товару, його відмінність від аналогічних речей. Слово або словосполучення, що в рекламному оголошенні несе основне смислове навантаження, концентруючи зміст усього викладу, є «ключовим» і виконує чимало функційних завдань.

Серед основних функцій рекламних гасел дослідники виокремлюють такі: інформаційна, економічна, атракційна (розважальна), іміджева, повчальна та ін. Відповідно до них слогани рекламних текстів традиційно поділяють на такі типи:

1) **новина**. Вони передають нові властивості рекламованих товарів, виражають зазвичай ідею покращання вже відомої споживачеві продукції (наголошення на цих нових властивостях); «*M&M's: Тане в роті, а не в спеку*»; «*У радості багато смаків*» («Корона»); «*Для тисячі особливих смаків*» (соєвий соус «Торчин»); «*Завжди смачно, завжди тут!*» (печиво «TUC»);

2) **повідомлення**. Основною їх метою є інформація про рекламований товар і його основні характеристики, напр.: «*Люкс. Повна пачка хрусту!*»; «*Orbit. Природна білизна зубів*»; «*Рондо – свіже дихання полегшує розуміння*»;

3) **команда**. Проаналізовані слогани третього типу містять заклик, що заохоче споживачів до певних дій, як-от: «*Skittles: спробуй веселку*»; «*Живи великими ковтками з Pepsi*»; «*Життя смачніше з КОМО*» та ін.

Варто зауважити, що дослідниця Н. Колесникова [2] вважає класифікацію рекламних текстів за функційною спрямованістю найбільш вдалою. Такий поділ вважаємо доцільним і для слоганів. Тож посеред рекламних девізів виокремлюємо такі різновиди:

1. **Спонукальний.** Суть формули полягає в тому, що ідеальне рекламне звернення (маємо на увазі не тільки текст, а рекламу в цілому) насамперед повинно привертати увагу: «*Стожар – зірка твоєї кухні*»; «*Візьми паузу – з'їж «Твікс»*»; «*Живчик*». *Смакуйте з користю!*» тощо.

2. **Власне інформативний.** Найчастіше головною метою таких текстів є бажання викликати в споживача довіру, для чого уникають використання вищих ступенів порівняння, невизначеності, розповідаючи все повністю й правдиво: «*Торчин – кулінарне натхнення без обмежень*»; «*Активія – корисна звичка в ритмі міста*»; «*Ферма – МАСЛО, ЯК ТРЕБА*» та ін.

3. **Контактний.** За своєю структурою перебуває якнайближче до потенційного споживача, спрямований саме на нього: «*Садочок*». *Своє, рідне*; «*Гуляй Поле*» – *добре, бо своє*; «*До свіжого молока рукою подати*» («Простоквашино») та ін.

4. **Експресивно-оцінний.** Використання емоційно-забарвлених мовно-стилістичних засобів: «*Коли корисне, таке смачнюще*» («Водний Мир»), «*Чумак – із лану до столика*», «*За ГармоЖи*» – *за гармонію в житті*» (насіння «Сан Саніч»).

5. **Асоціативний або слоган-девiз.** Особливістю девiзу є те, що він виражає заклик до придбання товару: «*Laus Max*» – *максимальний хруст*, «*Kinder*» – *завжди дарує радість*» та ін.

6. **Слоган-загадка.** У девiзі немає прямої вказівки на рекламований продукт харчування: «*Неможливо обрати одну*» («Мівіна-фруктель»); «*Звільни свою дику натуру*» («Lion»); «*Майстерність, що приходить із часом*» (сир «Звенигора»).

Дослідниця Н. Колесникова [2] зауважує, що слоган може виражати також додаткові функції:

– належність («*Нескафе – моя кава*», «*Мамине чудо для маленького чада*» («Чудо Чадо»); «*Обережно, кожному свій Snekkín*» (сухарики «Snekkín»);

– ознаку («*Все буде Coca-Cola*», «*Торчин Делікатесний*» – *рецепти щастя*»; «*Супер-пупер майонез для дітей*» (майонез «Щедро»);

– час («*З Мажором назавжди!*», «*Свято наближається з Coca-Cola*»; «*Будь завжди у формі*» (батончик «Fitness»);

– якість («*Soveregein*» *завжди англійська якість*», «*Все, на що здатен чорний шоколад*» («Roshen Bitter»); «*У радості багато смаків*» («Корона»).

Вважаємо класифікацію рекламних слоганів за функційною спрямованістю умотивованою та вдалою. Важливо й те, що ці різновиди виявлено на матеріалі телереклами, що транслюється в українському ефірі.

Отже, для забезпечення виконання основних функцій рекламних повідомлень використовується максимально широкий спектр слоганів, що є актуальним вербальним компонентом впливу на реципієнта. Залежно від конкретних завдань і настанови на домінування емоційного чи раціонального початку, рекламний текст може мати різну, але здебільшого лаконічну мовну форму, повідомляти про реальні або чуттєво-емоційні вигоди потенційного споживача. У зв'язку із цим виокремлено поширені в українській телерекламі різновиди слоганів за функціональним спрямуванням, зокрема спонукальний, власне інформативний, експресивно-оцінний, асоціативний, контактний, слоган-загадку та ін.

Список використаної літератури:

1. Добровольська Д. М. Полікодовість соціальної реклами / Д. М. Добровольська // Одеський лінгвістичний вісник. – 2015 – № 37. – С. 101–107.

2. Колесникова Н. В. Структурні типи рекламних текстів / Н. В. Колесникова // Вісник Запорізького державного університету. – Серія : Філологічні науки (мовознавство). – 2000. – № 1. – С. 150–153.

3. Крутоголова О. В. Рекламний слоган у лінгвопрагматичному ракурсі / О. В. Крутоголова // Наукові праці. Філологія. Мовознавство. – 2013. – № 211. – С. 37–41.

4. Левченко Л. Роль вербальних та невербальних засобів у рекламі / Л. Левченко // Інформація, зв'язок, суспільство. – 2016. – № 4. – С. 136–137.

5. Лютянська Н. І. Вербальні та невербальні засоби впливу у текстах англійської реклами продуктів харчування [Електронний ресурс] / Н. І. Лютянська. – Режим доступу : http://philology.knu.ua/files/library/movni_i_konceptualni/46-2/52.pdf.

6. Петрова Г. Л. Особливості рекламного тексту друкованої та телевізійної реклами продуктів харчування / Г. Л. Павлюк // Нова філологія. – 2014. – № 67. – С. 118–123.

7. Слушаєнко В. Є. Слоган як інструмент соціальної реклами / В. Є. Слушаєнко // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». Політологія. Соціологія. Право. - 2012. - № 3. - С. 118-121.

8. Шевченко О. Текст у рекламі [Електронний ресурс] / О. Шевченко. – Режим доступу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=49>.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Федоренко О. Д.

І. А. Іванова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ТЕМАТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МУЛЬТИМЕДІЙНОГО СТОРИТЕЛІНГУ

Щодня з'являється велика кількість видань, які продукують новини. Ці медіа мають просувати свій контент через соціальні мережі, що дає змогу аудиторії розібратися в темі, не гортаючи десятки новинних повідомлень та інших матеріалів. Усе це журналісти збирають в одному лонггріді, що вможливає оригінальне подання інформації та оптимізацію конкретної історії під час пошуку цієї теми в мережі.

Сторителінг можна успішно застосовувати в різних сферах: для оформлення сайту, у журналістиці, бізнесі, у роботі з персоналом, для просування продукту, у психотерапії, коучингу тощо. У цій галузі запропоновано типологію різновидів лонггриду (Л. Василик [2], О. Нестеренко [3]) та схарактеризовано специфіку нового медіаформату (І. Фанта [7]; А. Смутко [5]).

Мета статті полягає в аналізі тематичних особливостей мультимедійного сторителінгу.

Тема – узагальнена основа змісту твору, те, про що в ньому йдеться. Обираючи тему для лонггриду, журналісти виконують такі завдання: 1) заволодіти увагою читача / глядача; 2) викликати довіру; 3) створити в реципієнта асоціацію; 4) стимулювати емоційну сферу людини та викликати співпереживання.

Тема для матеріалу може бути різною, але найголовніше – вона має викликати в читача емоції й бажання поділитися цією історією. У науковій літературі представлені такі різновиди сторителінгу: *культурні* – повідомляють про цінності, моральність та вірування; *соціальні* являють собою розповіді людей один про одного (історії з життя відомих людей, що можуть стати прикладом для побудови власного життя); *міфи та легенди* – відображають культурні цінності й нагадують нам, чого в житті варто уникати, аби бути щасливим; *jump story* – історії про містичних істот, що мають неочікуване закінчення; *сімейні* – зберігають історію наших пращурів, передаються з покоління в покоління та мають повчальний характер; *дружні* – об'єднують друзів, які згадують спільне минуле; *особисті* – розповідають про власний досвід та переживання. Це важливий вид сторителінгу, оскільки подібні історії допомагають розібратися в собі й спонукають до розвитку [6].

М. Кригель, редактор видання «Focus.ua», що публікує якісні лонггриди, пропонує найбільш вдалі теми: *історія людини – портрет або нарис, актуальна подія*, через яку можна розповісти історію людини або людей; *історична подія*, у якій намагаються знайти паралелі із сьогоденням; *есеїстичний жанр*, коли певна подія пропущена через особистий досвід, через Я-автора [1]. Фотопроекти, оформлені у форматі лонггриду, також гарантують велику кількість переглядів. До візуального ряду можна додати «правила життя» фотографа або його розповіді про історію створення робіт – те, що залишилося поза кадром. Головне – це історія, де фото мають римуватися з текстом, як, наприклад, у лонггріді «*Остановил мгновенье*» (<https://focus.ua/long/341624/>). Репортажні тексти про звільнення Дебальцевого («*Історія однієї криївки*») (<https://focus.ua/long/345898/>) та про те, як влаштована прокуратура, із відвертими зізнаннями колишнього прокурора («*Прерванная жизнь*») (<https://focus.ua/long/341934/>), теж мали популярність на сайті. Нині зріс попит на наукові теми.

Заслугує на увагу інша типологія лонггрідів: *портрет людини (people story)*, *репортаж, аналітичний текст (реконструктор)* [8]. Лонггريد *про людину* – це її біографія,

погляди, досягнення і т. ін. Зазвичай його пишуть для розвитку персонального бренду або сфери мистецтва, послуг, коучингу. У ньому використовують цитати родичів, друзів; фото, унікальні життєві факти (наприклад, історія «Модна архітекторка» (<https://theukrainians.org/zbuduvaty-rozumne/>)). *Репортаж* описує деталі якоїсь важливої події. Головне завдання – цікаво розповісти про те, що побачили. Для його написання використовують фон з анімацією, інтерв'ю, відео з події, аудіозаписи. Їх створюють для освітніх курсів і навчальних закладів. Можна пропонувати зустрічі, семінари, майстер-класи (прикладом є лонгрид «Директор війни» (http://project.liga.net/projects/gricak_interview/)). *Аналітичний текст (реконструктор)* – відтворює послідовність подій для з'ясування їхніх причин і наслідків. Для таких історій використовують цитати фахівців, покликання на дослідження, фонову музику, відео. Прикладом слугує лонгрид «Земля відчуження» (<http://tsn.ua/special-projects/chernobylzone/>). На підставі аналізу мультимедійних історій робимо висновок, що найпопулярнішими є такі теми: привернення уваги читача до проблеми (суспільної, екологічної, політичної, культурологічної, воєнної); висвітлення подій, визначних дат в історії; розкриття унікальної історії людини; урбаністичні розповіді; матеріали про збройний конфлікт в Україні; катастрофи.

Мультимедійна історія може містити такі складники: текст із гіперпосиланнями, аудіо, відео, фото, слайд-шоу, інфографіку, карикатуру, інтерактивні форми (голосування, коментарі, рейтинги). Основну інформацію часто передає зображення, фоторяд. Натомість текст виконує роль коментаря, уточнення, заголовка і т. ін., попри те, що єдиних правил немає і різні сайти по-своєму втілюють трансмедійний сторителінг, акцентуючи на різних його компонентах [2].

Отже, лонгрид розкриває тему за допомогою тексту, відео, звуку, інфографіки та поєднання цих компонентів у будь-яких пропорціях.

Список використаних джерел:

1. Біда О Лонгрид – це рушниця, що вистрілює декілька разів [Електронний ресурс] / О. Біда. – Режим доступу : <https://ua.ejo-online.eu/3276/etyka-ta-yakist>.
2. Журналістика даних та візуалізація : підручник із крос-медіа / І. Крессу, М. Гузун, Л. Василик. – Bonn / Germany – Sibiu / Romania : Schiller Publishing House, 2015. – 144 с.
3. Нестеренко О. А. Поняттєві сфери термінів для номінації нових медіаформатів / О. А. Нестеренко // Держава та регіони: наук.-виробн. журнал. – Серія : Соціальні комунікації. – Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2016. – № 4. – С 80–86.
4. Патрікєєва Н. Гра в довгу: який лонгрид потрібен читачу [Електронний ресурс]. / Н. Патрікєєва. – Режим доступу : http://redactor.in.ua/ru/analytics/7998.Gra_v_dovgu_yakiy_longrid_potriben_chitachu.
5. Смутко А. Бери й пиши: як створити мультимедійний текст у форматі longread [Електронний ресурс] / А. Смутко. – Режим доступу : <http://inspired.com.ua/ideas/how-to-write-longreads/>.
6. Сторителінг: розповідайте історії, отримуйте прибуток! [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://creativesmm.com.ua/storiteling-rozpovidajte-istorii-otrimujte-pributok/>.
7. Фанта І. Лонгриди можуть залучати на сайт такий самий трафік, як і топові новини [Електронний ресурс] / І. Фанта. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/web/online_media/longridi_mozhut_zaluchati_na_sayt_takiy_samiy_trafik_yak_i_topovi_novini_ilona_fanta/.
8. Як зробити лонгрид, який дочитають до кінця? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://webmaestro.com.ua/ua/blog/long-read/>.

Науковий керівник: викладач Нестеренко О. А.

Н. О. Кузнєцова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РІЗНОВИДИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЖАНРІВ В ОНЛАЙН-МЕДІА

ЗМІ відіграють особливу роль у формуванні інформаційного «порядку денного», а отже, першочергового значення сьогодні набувають саме інформаційні жанри журналістики. При цьому дедалі популярнішими вони стають в інтернет-медіа, оскільки ці медіа значно випереджають інші ЗМІ за рівнем оперативності й мобільності та поступово все більше залучають читацьку аудиторію.

Теоретичні аспекти досліджуваного явища проаналізовано в роботах таких медіаспеціалістів: М. Василенка [1], Р. Крейга [2], Л. Кройчика [3], І. Прокопенка [4], А. Тертичного [5] тощо.

Мета статті полягає у вивченні специфіки інформаційних жанрів в інтернет-ЗМІ. Зокрема, існує потреба в докладній характеристиці кожного інформаційного жанру в онлайн-проекції.

Варто зазначити, що найбільш поширений жанр новинної журналістики в інтернет-ЗМІ – замітка. Це найоперативніша усталена форма повідомлення в медіа про об'єктивні події, факти, явища реального життя для пізнання навколишнього світу. У замітці коротко, стисло й оперативно подають повідомлення про окремі події або факти, що мають суспільне значення [3].

Вважаємо за потрібне окреслити головні аспекти інформаційної замітки як жанру. До них слід зарахувати такі жанрові особливості замітки: максимальна інформативна насиченість, економність викладу, висока оперативність, тематична різноманітність, простота, точність і конкретність – повідомлення лише одного факту.

Інформація, яку висвітлюють у замітці загалом та онлайн-проекції зокрема, буває трьох типів, відповідно, в інтернет-журналістиці визначають такі типи заміток: фактологічна – подія, що відбулася; вірогідна – припущення або сукупність припущень про теперішнє, минуле чи майбутнє певних явищ. Різновид цього типу інформації – превентивна замітка – повідомлення про подію, що відбудеться незабаром з великим відсотком вірогідності; нормативна – інформація про норми, що є вимогами, адресованими суспільством соціальним групам, окремим особам; програмна – містить можливий перелік наслідків події й у формі поради чи рекомендації називає необхідні дії [5]. Іноді повідомлення про події з'являються у той момент, коли подія ще триває – це прерогатива саме онлайн-видань, які за своєю оперативністю значно випереджають традиційні ЗМІ.

Другим різновидом інформаційної жанрової системи онлайн-журналістики є звіт, який походить з розширеної інформаційної замітки й виконує більш складні завдання, ніж повідомлення про результат суспільно важливої, цікавої події.

Звіт – це жанр інформаційного мовлення, що становить повідомлення про перебіг заходу, у якому брала участь певна група людей, яка вирішувала суспільно важливі питання. Основним предметом є відображення події, що відбуваються у формі обміну інформацією, тож звіт – це виклад обміну думками між людьми під час нарад, з'їздів, конференцій, форумів, симпозіумів тощо для найбільш повного відображення суспільно-політичного значення описаної події. Як правило, в інтернет-виданні журналіст документально і реферативно розповідає про одну значущу подію, для якої характерна дія, виражена словом. На відміну від замітки, у звіті автор показує, як вона розгорталась, подає її внутрішній рух. Звіти на сторінках онлайн-видань ЗМІ з'являються не так часто, ніж короткі замітки.

Варто зазначити, що специфіка звіту як інформаційного жанру полягає в тому, що в ньому завжди акцентовано на учасниках події, їхніх виступах, висловлюваннях, вчинках, мотивації поведінки тощо, а не на обставинах події, атмосфері, у якій вона відбувалася, як це роблять у репортажі. Журналіст повинен висвітлити подію, надавши аудиторії максимум інформації про: наповнення, розвиток; зробити докладний, розгорнутий опис заходу, використовуючи хронологічну послідовність викладу [3].

У сучасній онлайн-журналістиці виокремлюють: хронікальний звіт (розкриває суть, політичну чи соціальну спрямованість події, але не дає повного, детального уявлення про неї) та інформаційний (точне і якнайповніше відтворення події з подробицями у відповідній часовій послідовності). Доцільно зауважити, що жанровою специфікою звіту є використання в структурі цитат із виступів, а також елементи журналістського коментарю. Разом із точним повідомленням про виступи (промови, репліки), у тексті можуть бути наявні елементи аналізу й оцінки. Але аналітичну роботу здійснює не журналіст, який пише матеріал, а учасники масового заходу. Тож звіт власне і є інформаційним жанром. Дослідник А. Тертичний зауважує, що «...у прямих інформаційних звітах із протокольною точністю розповідається про

визначні події в житті суспільства» [5]. Для них притаманний детальний опис подій, часовий хронометраж, велика кількість світлин. Проте в онлайн-виданнях використовують короткі хронікальні звіти.

Третім інформаційним жанром онлайн-журналістики є репортаж. На відміну від замітки та звіту, репортаж не просто повідомляє про факти, а показує їх через безпосереднє сприйняття автора, який як учасником події, начебто відтворює картину, що відбувається. Це своєрідна історія події. Основою репортажу є завжди суспільно важлива подія, яка з документальною точністю й емоційністю відтворюється через безпосереднє сприйняття автора, що створює ефект присутності читача, глядача чи слухача на місці події [1].

У європейській й особливо американській практиці репортажем називають майже всі жанрові різновиди інформаційного відтворення, від замітки до власне репортажу. Найбільш диференційовано підходять до жанрової ідентифікації репортажу французькі дослідники, які наголошують: мета цього жанру – подати всі враження від події за допомогою органів відчуття журналіста. Відтак цей жанр вважають найбільш суб'єктивним, він відображає події, апелюючи саме до відчуттів аудиторії.

На відміну від замітки та звіту, репортаж не просто повідомляє про факти, а зображує їх через безпосереднє сприйняття автора, який начебто відтворює картину, що відбувається. В основі репортажу завжди суспільно важлива подія, яка розгортається на очах в аудиторії. Це своєрідна історія події. До характерних особливостей цього жанру зараховують: оперативність, динамізм, наочність, авторське «я». Остання передає емоційну атмосферу події, створює так званий «ефект присутності», дає можливість реципієнтові відчувати подію.

Доцільно схарактеризувати основні виражальні засоби цього жанру в онлайн-проекції: наочність описів, кінематографізм, яскравість деталей і подробиць, динамічність, стрімкість викладу, діалоги, репліки, висловлювання дійових осіб, жива емоційна мова. Обсяг репортажу залежить від теми й значущості фактів, подій. Репортаж в інтернет-ЗМІ, як правило, часто супроводжується візуальною картиною події – фото або відео.

Слід зазначити, що мультимедійні репортажі, за наявності безперечних переваг візуалізації, не витісняють текстові. Це відбувається через те, що інтернет-ЗМІ розраховані на різні умови й канали поширення інформації: не завжди у споживача є можливість подивитися відеорепортаж, так, водії віддають перевагу аудіотрансляціям, а той, хто постійно працює за комп'ютером й одночасно переглядає декілька сайтів, як правило, паралельно читає текстові репортажі.

Отже, сучасні інтернет-ЗМІ активно публікують інформаційні матеріали. До запотребованих інформаційних жанрів онлайн-журналістики нині належать замітка, звіт та репортаж. У цих жанрах традиційні ознаки поєднано з мультимедійними, зокрема в них використовують фото-, відео- й аудіоматеріали, що дозволяє активніше залучати аудиторію медіа.

Список використаної літератури:

1. Василенко М. К. Функціонування групи інформаційних жанрів пресової журналістики в сучасних соціально-економічних умовах [Електронний ресурс] / М. К. Василенко. – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1038>
2. Крейг Р. Інтернет-журналістика / Р. Крейг. – К. : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. – 323 с.
3. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста / Под ред. С. Корконосенко. – СПб., 2000.
4. Прокопенко І. Загальна характеристика інформаційних жанрів у жанровій системі / І. В. Прокопенко. – К. : ВПЦ «Київський університет», 1959. – 312 с.
5. Тertychnyy A. A. Жанры периодической печати : Учеб. пос. для вузов / А. А. Тertychnyy – 5-е изд., испр. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 350 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Цапок О. М.

ІМЕРСИВНА ЖУРНАЛІСТИКА В МЕДІАПОЛІ

Імерсивна журналістика – новий термін комунікативістики, який має доволі розлогий бекграунд. Питання імерсивності є досить суперечливим не лише серед науковців, а й серед медійників-практиків. Із розвитком технологій мультимедіа суттєво розширилися можливості комплексного передавання даних та вражень про подію. Формат лонгриду максимально наблизив вербалізований текст до імерсивної практики. Залучення технологій віртуальної, доповненої та змішаної реальностей до творення новинного контенту перетворило імерсивність із жаданого ідеалу на щоденну практику взаємодії з аудиторією [3].

Новітнє явище імерсивної журналістики описано в працях переважно закордонних учених, таких як: А. Амзін [1], С. Браун [1], М. Фоксман [1] та інші. Також цю тему досліджували українські науковці К. Бігун [3], О. Кирилова [5].

Уперше системно почала вивчати зазначене явище американська журналістка Ненні де ла Пенья (Nonnyde la Peña) (2010), яка у 2007 р. запустила перший резонансний віртуальний медійний проект «Gone Gitmo».

Популярним це явище стало в 2015–2016 рр., коли більшість провідних медіа заявили про вихід на ринок новітнього новинного формату в межах імерсивної журналістики – «відео 360°». **Сферичне відео (або «відео 360»)** – це відео з оглядом у 360 градусів, тобто глядач може дивитись навколо себе, а за допомогою спеціальних шоломів (окулярів) віртуальної реальності можна відчутти ефект присутності. Поняття «Відео 360°» та вплив віртуальної реальності на журналістику досліджено в статті Я. Куцай, К. Віслянська, А. Кисляков, співзасновник компанії 360dscovr, яка створює сферичне відео.

А. Замков, М. Крашеніннікова, М. Лукіна та Н. Цинарьова [4] підтримують тезу про існування трьох варіантів презентації реальності. Так, під VR (Virtual Reality) зазвичай розуміють штучно створений вигаданий простір для віртуального занурення. Додатковими інструментами пересічного користувача можуть бути окуляри віртуальної реальності або шолом, які забезпечують можливість відтворення штучної реальності. AR (Augmented Reality), або доповнена реальність, передбачає використання у просторі реального сьогодення додаткових надбудов або опцій, які зовнішніми шарами накладаються на реальний світ, коригуючи або ускладнюючи його. MR (Mixed Reality) можна тлумачити як аналог доповненої реальності, який поєднує можливості шолома VR та зовнішньої відеокамери.

Новітні технології почали використовувати найбільші світові інформаційні агентства та видання такі як The Guardian, Associated Press, Aljazeera (Аль-Джазіра), Bild, Reuters, The New York Times та інші [2].

Наприклад, британська газета TheGuardian запустила спецпроект під назвою «Limbo» – його назву можна перекласти і як «в'язниця», і як «переддвер'я пекла» [5]. Творці проекту «Limbo» використали VR-технології, які ставлять глядача на місце шукача притулку, який прибуває до незнайомої йому країни.

Команда The Guardian із VR-технологій намагалася передати відчуття ізоляції, яке виникає у багатьох біженців та шукачів притулку. Працюючи над проектом, було проведено багато інтерв'ю з безпритульними людьми у Великобританії, з дванадцяти різних країн та з імміграційними адвокатами. Усі розповіді, які глядачі чують в «Limbo» – це реальні історії, фрагменти з інтерв'ю, які були проведені на етапі підготовки. «Limbo» можна подивитись як на YouTube, так і через платформу віртуальної реальності Googlecardboard. Користувачі також можуть завантажити додаток Guardian VR з Google Play Store. У результаті отримали монохромну, подібну до скетчів, картину, яка нагадує сон або кошмар, в якому світ прозорий і фрагментований.

До цього The Guardian випустила чотири інших проекти з використанням VR-технології: про тюремне ув'язнення, лондонські підземелля, кліматичну катастрофу і про перший рік життя немовлят.

В Україні такі проекти лише набувають популярності, але вже є певні досягнення у створенні імерсивних матеріалів. Наприклад, команда студії New Cave Media, яка спеціалізується на зніманні 360-контенту, створила декілька імерсивних матеріалів високої якості. Серед їхніх проектів такі: «Арктика», «Львівський таксист із Макіївки», «Карпатські буддисти: шлях із Донбасу до гір», «Лісова застава», «Туризм, який об'єднує», «Одеський сквот» та інші.

Гарним прикладом використання відео 360 в українських ЗМІ є телеканал 1+1. На їхньому офіційному сайті створено окремий розділ під назвою «360°», у якому вміщено такі відео. Наприклад, відеопроєкт у форматі «360°» «Танці з зірками». Будь-хто може переглянути усі виступи, відчутти святкову атмосферу та побачити перевтілення зіркових учасників і виступи співаків у прямому ефірі. Імерсивним проєктом можна вважати і «Голос країни». Усе, що відбувалося на сцені фінального випуску та за її лаштунками – унікальні кадри в форматі 360, інтерв'ю тренерів та коментарі учасників. Є можливість дивитися улюблене шоу з усіх ракурсів і відчувати себе на місці події «Світ навиворіт» – програма з Дмитром Комаровим, який подорожує по всьому світу й показує особливості кожної країни. Наприклад, він показав панораму 360° з гори Фудзі, висота якої 3 776 м. Також є проєкт про життя японського мегаполісу в такому ж форматі.

Українські ЗМІ лише почали впроваджувати такий формат. Відео 360 поступово залучає та зацікавлює нову аудиторію. Однак, упевнено можна сказати, що українські ЗМІ швидко вдосконалюються. Уже є багато професійних, якісних і захопливих імерсивних матеріалів на телеканалі «1+1», «24 каналі», «Футбол 1» та «Футбол», «ICTV», на сайтах «Сьогодні», «Новое время».

Не так давно формат сферичного відео почав використовувати «24 канал». Наприклад, сюжет «Різдвяний Львів на 360 градусів: дивіться унікальне сферичне відео» дає змогу відчутти святкову атмосферу, не виходячи з дому. Камера дозволяє прокрутити відео на 360 градусів і в такий спосіб побувати на місці події. Сферичний відеоролик можна переглянути на сайті Телеканалу новин 24, а також в YouTube на смартфоні чи комп'ютері.

Імерсивні матеріали використовують та розміщують на сайті видання «Новое время», до прикладу, у статті «Увидеть все. Топ-10 панорамних видео с обзором 360 градусов». Команда дібрала цікаві, яскраві та професійні відео з різних куточків світу, щоб залучити більшу аудиторію й урізноманітнити виклад новин. До матеріалу додано такі відео: « Екстремали з різних видів спорту», «Із кабіни швейцарського винищувача», «На лижах із паропланом», «Аеропорт Дубаї», «Кліп Бьорк на пісню Stonemilker», «Фестиваль електронної музики», «Формула 1», «Дрифтери» та інші. Увесь Топ-10 можна подивитися на офіційному сайті видання, або на каналі в YouTube.

Також цікаве застосування для відео 360 вибрали телеканали «Футбол 1» та «Футбол». Вони використали такий формат, щоб **транслявати матч за Суперкубок України-2017 року, що дало можливість глядачеві бути ще ближче до футбольного блокбастера.** Телеканали подарували любителям футболу новий досвід і відчуття від перегляду. Завдяки новаторській технології 360-градусного знімання вперше в історії українського футболу глядач зміг подивитися матч у форматі віртуальної реальності.

У сучасному медіасередовищі, де йде конкурентна боротьба за увагу аудиторії, імерсивна журналістика набуває все більшої популярності. Відео 360 градусів усе частіше використовують закордонні та українські медіа, оскільки лише цей формат дає можливість відчутти ефект присутності.

Отже, окреслена тема є досить актуальною, адже імерсивна журналістика це ще не повністю досліджене явище, особливо для українських ЗМІ. Упевнено можна сказати, що вітчизняні медіа швидко освоюють нову технологію і застосовують її на практиці, адже вже є багато якісних і професійних матеріалів такого формату, які варто переглянути. Усі вони зазначені вище. Саме відео 360 градусів дозволяє залучати більшу аудиторію для поширення нової інформації.

Список використаних джерел:

1. Амзин А. и др. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
2. Амзин А. Новостная интернет-журналистика [Текст] / А. Амзин. – М. : Аспект-Пресс, 2013. – 144 с.
3. Бігун К. We are VR. Все, що варто знати про формат зйомки 360 ° [Електронний ресурс] / К. Бігун. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/we-are-vr-vse-scho-varto-znaty-pro-format-zyomky-360.html>.
4. Благов Ю. В. Иммерсивная журналистика в медиареальности [Электронный ресурс] / Ю. В. Благов. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/immersivnaya-zhurnalistika-v-mediarealnosti>.
5. Віслянська К. Зйомка 360°/VR: імерсивність, інтрига, інформативність [Електронний ресурс] / К. Віслянська. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/advice/zjomka-360-vr-imersyvnist-intryha-informatyvnist/>.

Науковий керівник: старший викладач Коваль С. В.

С. І. Небилиця

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЗАСОБИ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ ІНФОРМАЦІЇ В ОНЛАЙНОВИХ ВИДАННЯХ

Сьогодні специфіка сприйняття інформації кардинально змінилася. Люди не хочуть читати великі тексти, вони прагнуть бачити візуалізовану картинку того, про що написано. Сучасна журналістика широко використовує зображальний матеріал, який відіграє роль не тільки естетичної прикраси й ілюстративного додатку до тексту, а й є його документальним підтвердженням. Світлина – спосіб одержання зображень предметів на світлочутливих матеріалах [5].

Відомо, що 70% сприйнятої інформації становить саме візуальна. Унаслідок процесів оцифрування та конвергенції, а також створення інтернет-ЗМІ візуальна інформація все наполегливіше витісняє вербальну [4]. Сьогодні немає усталеного визначення поняття, яке б характеризувало створення інтерактивної, мультимедійної інформації, проте більшість вчених вважає, що візуалізація інформації – це інтерактивне вивчення візуального представлення абстрактних даних для посилення людського пізнання; це процес побудови графічного образу даних, що допомагає взагальному аналізу даних вбачати аномалії, структури; це способи та методи створення мультимедійного контенту. Науковці також стверджують, що візуалізація – це інструмент для показу даних; уникнення спотворення того, що повинні сказати дані; відображення багатьох чисел на невеликому просторі; показ великого набору даних єдиним цілим; спонукання глядача порівнювати фрагменти даних.

Так, візуалізація – це унаочнення, створення умов для візуального спостереження [5]. Певною мірою дієвість візуальних даних пояснюється феноменом кліпового сприйняття, що характерне для сучасного індивіда. Інформаційна перенасиченість спричинює адекватне сприйняття лише частин і фрагментів певних повідомлень, їхній подальший аналіз та запам'ятовування індивідом. Зважаючи на це, візуалізація даних є явищем, що стає фундаментальним, основним у процесі масової комунікації, здійснюваної через медіасферу.

Аналіз наукової літератури із зазначеної проблематики дозволяє стверджувати, що основні засади роботи з мультимедійним контентом окреслили такі дослідники: М. Дезе [1], Д. Кемпбел [4], К. Кисіль [3], А. Захарченко [2] та інші. Зокрема їхні праці засвідчують, що сьогодні візуалізацію найчастіше застосовують саме в інтернет-ЗМІ, щоб зробити матеріали мультимедійними та цікавими. Також дослідники стверджують, що візуалізовану інформацію можна вважати мультимедійним контентом. Наприклад, науковець М. Дезе в роботі «Що таке мультимедійна журналістика» зазначає, що мультимедіа – це: 1) надання контенту з використанням текстових, фото-, відео-, аудіоматеріалів, графіки, а також використання гіпертекстового представлення інформації; 2) представлення контенту на різних платформах: інтернет, радіо, телебачення, друкована та мобільна платформи [1].

Основними формами візуалізації інформації є фото, інфографіка, відео, графіки, таблиці, скріншоти, демотиватори, меми та інші. Очевидно, що людина схильна обробляти саме візуальну інформацію. Тому експерти в цій галузі виокремлюють кілька переваг візуалізації: акцентування уваги на різних аспектах даних; аналіз великого набору даних зі складною структурою; зменшення інформаційного перевантаження людини й утримання її уваги; однозначність та ясність виведених даних; виділення взаємозв'язків і відносин, що містяться в інформації; естетична привабливість.

Тобто можемо стверджувати, що візуалізація – це спосіб створення мультимедійного контенту в журналістиці. Візуальним контентом є інформаційне наповнення засобу масової комунікації, виражене за допомогою візуальної мови: зображення, знаки, інфографіка, відео тощо [3]. Існує багато класифікацій різних видів інформації, проте для визначення поняття "візуальний контент" актуальними залишаються дві:

1. За способом сприйняття людиною. Залежно від того, яким шляхом надходить інформація, розрізняють п'ять її видів: візуальну (або зорову), аудіальну (або слухову), нюхову, смакову, тактильну.

2. За способами опрацювання інформацію поділяють на числову, текстову, графічну та звукову [3].

За вмілого застосування візуалізація дозволяє зробити матеріал наочним та цікавим для аудиторії. Для того, щоб створити мультимедійний контент, необхідно розумітися на принципах створення візуальної інформації: ілюстрації, аудіо-, відео-, скріншотів, графіки, інфографіки, таблиць.

Існує низка принципів роботи з кожним мультимедійним контентом, але всі вони зводяться до основних: не спотворювати інформацію; підписувати графіки, фото чи інший візуальний елемент, який цього потребує; робити візуалізацію простою та зрозумілою для аудиторії; використовувати лише точні дані тощо. Для всіх візуальних елементів основними принципами є простота, стислість, актуальність, організація та структурованість інформації.

Перспективи наукового дослідження полягають у подальшому аналізі основних тенденцій розвитку нових засобів візуалізації інформації в медійному інтернет-просторі. З огляду на тенденцію швидкого розвитку інтернет-журналістики, порушені в роботі питання можуть слугувати підставою для подальших наукових досліджень.

Аналіз усеукраїнських та регіональних видань дав підстави стверджувати, що кожна редакція ЗМІ по-різному використовує засоби візуалізації інформації. Проаналізовані інтернет-видання, зокрема «Обозреватель.ua» та «Zmi.sk.ua», надають перевагу таким формам мультимедіа: фото, відео, інфографіки та скріншоти. Рідше ЗМІ вдаються до використання таблиць, діаграм, мемів та демотиваторів.

Так, «Обозреватель.ua» найчастіше використовує світлини (в середньому близько тридцяти зразків за добу), відеоконтент (близько тридцяти), а також скріншоти із соціальних мереж (за добу в середньому публікують близько двадцяти п'яти скрінів). Регіональне видання «Zmi.sk.ua» частіше використовує знімки. Їхня кількість за добу в середньому становить близько 25. Відео публікують близько п'яти разів, а скріншоти – до трьох разів за добу.

Так, регіональне видання «Zmi.sk.ua» використовує світлину в кожному матеріалі. Більш поширений жанр знімків – це фотоілюстрація. «Обозреватель.ua» широко використовує скріншоти з різних соціальних мереж та відео. Крім того, всеукраїнське видання застосовує прямий ефір, який також є одним із видів відеоконтенту.

Менш поширеними в аналізованих виданнях засобами візуалізації є інфографіка, діаграми й таблиці. Так, «Обозреватель.ua» найчастіше використовує останні в рубриці «Спорт». Інфографіки та діаграми публікують у тих матеріалах, де потрібно наочно представити цифровий матеріал, зокрема в рубриці «Економіка». «Zmi.sk.ua» використовує ці види візуалізації рідко. Таблиці публікують в основному раз на рік, а діаграми та інфографіки розміщують близько одного чи двох разів на місяць. Не популярним засобом візуалізації є демотиватори та меми.

Отже, аналізовані видання в інтернеті активно користуються засобами візуалізації інформації, зокрема застосовують фото, відео, інфографіку, скріншоти, таблиці, діаграма, рідше ЗМІ звертаються до мемів та демотиваторів, які є більш поширеними у соціальних мережах. ЗМІ керуються принципами роботи з мультимедійним контентом, тому зазвичай обирають серед всього масиву тільки ті засоби візуалізації, що найбільше підходять до опублікованих матеріалів.

Список використаних джерел:

1. Дезе М. Що таке мультимедійна журналістика? / М. Дезе // Журналістика. – Том 5. – 2004. – № 2. – 149 с.
2. Захарченко А. П. Інтернет-медіа: інтерактивний навч. посіб. для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнична справа та редагування» / А. Захарченко. – Тернопіль : Крок. – 2014. – 198 с.
3. Кисіль К. Інтерактивні карти в журналістиці для новачків та просунутих користувачів [Електронний ресурс] / К. Кисіль. – Режим доступу : http://osvita.media.sapiens.ua/mediaprosvita/how_to/interaktivni_mari_v_zhurnalistitsi_dlya_novachkiv_ta_prosunutih_koristuvachiv/
4. Кэмпбэл Д. Интервью: Визуальное будущее журналистики [Електронний ресурс] / Д. Кэмпбэл. – Режим доступу : <https://onmedia.dw.com/russian/?p=5627>.
5. Тафти Е. Представление информации / Е. Тафти. – Америка: Graphics Press, 1990. – 242 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Надточій О. Л.

Т. Г. Недбайло

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ВИСВІТЛЕННЯ МЕДИЧНОЇ ТЕМАТИКИ В НОВИНАХ ЗАГАЛЬНОНАЦІОНАЛЬНИХ ТЕЛЕКАНАЛІВ

Нині медична тематика є однією з найважливіших для суспільства та окремих його груп. Із розвитком медицини й популярністю її певних напрямків, внаслідок виникнення нових хвороб та виявлення фактів погіршення здоров'я населення через незадовільний стан екології виникає неабиякий інтерес до медичної інформації. Ця проблематика в медіа сьогодні набуває особливої актуальності ще й тому, що 1 січня 2018 року в державі стартувало впровадження медреформи. Тож медична тематика є запотребованою як на регіональному рівні, так і на всеукраїнському. Її висвітлюють друковані видання, інтернет-ресурси, радіо- та телеканали. З огляду на велику кількість медичної інформації в різних ЗМІ, важливим є питання дотримання професійних стандартів у таких повідомленнях та вивчення особливостей медичної журналістики.

Зазначений напрям журналістики має свої особливості. Зокрема, дослідниця Козиряцька С. М. виокремлює такі з них: труднощі висвітлення тем через їх невизначеність; складність та багатогранність; необхідність самостійної роботи з науковою інформацією; відстежування проблеми, порушеної у сюжеті, протягом багатьох років. Журналіст, що спеціалізується на медичній тематиці, повинен дотримуватися Етичних кодексів лікаря й журналіста, уникати сенсаційності в поданні матеріалів та поверхового дослідження висвітленої події чи явища [2].

Зважаючи на вищезазначене, метою нашого дослідження є порівняльний аналіз презентації медичної тематики в новинах на Суспільному телебаченні (телеканал «ЮА:Перший») та трьох інших всеукраїнських каналів: «Україна», «1+1» та «ICTV». Саме три останні ресурси (за інформацією компанії «Nielsen Media Research») визнано лідерами телепереглядів за підсумками 2018 року [5]. Важливо дослідити відмінності висвітлення медичної інформації єдиним незалежним мовником держави та приватними телеканалами.

Під час аналізу виявлено, що всі чотири канали задовольняють інформаційні потреби українців щодо такої тематики, презентуючи її в новинних сюжетах. Зокрема, на «ЮА:Першому» програма «Новини» виходить в ефір 8 разів на день, хрономентажем від п'яти до 25 хвилин; «ТСН» на «1+1» показують щодня п'ять разів, тривалість випусків становить від 20 хвилин до години; «Сьогодні» (канал «Україна») транслюють 6 разів на день (хронометраж від 18 до 45 хвилин), «Факти ICTV» (ICTV) – 8 разів щодня (тривалість становить від п'яти до 30 хвилин).

Для з'ясування частотності появи інформації медичного спрямування в сюжетах медійників здійснено контент-аналітичне кількісне дослідження – поглиблене змістовне вивчення матеріалів; їх групування з урахуванням контексту, в якому презентована інформація [4, с. 93]. Для цього протягом грудня 2018 ми промоніторили 110 підсумкових випусків новин на телеканалах «ЮА:Перший» (0 21:00), «Україна» (о 19:00), «1+1» (о 19:30) та «ICTV» (о 18:45), аналізуючи найпоширеніші підтеми, які стосуються медичної проблематики. Під час перегляду програм зафіксовано частотність презентації на екранах сюжетів, яка вказана нижче. Так, у процесі аналізу виявлено, що найчастіше медичну інформацію у своїх матеріалах розкривають журналісти телеканалу «1+1». Із загальної кількості сюжетів – 412, таку тематику зафіксовано в 39. Це становить приблизно 9 % від загального контенту «ТСН». Друге місце посідає канал «Україна»: із 340 промоніторених сюжетів – 28 стосуються медицини, тобто 8 % від усієї кількості матеріалів «Сьогодні». Таке ж відсоткове співвідношення використання медичної інформації й у новинах Суспільного телебачення (із 183 матеріалів – 15 презентують досліджувану проблематику). Найрідше демонстрували такі сюжети на «ICTV»: із 205 проаналізованих сюжетів зафіксовано 11 медичного спрямування. Це лише 5 % від усього новинного контенту «Факти ICTV».

Детально промоніторивши медичну тематику в обраних теленовинах, ми з'ясували, що переважно журналісти порушують такі основні питання, як: епідеміологічна ситуація в країні та смертність через грип (11 сюжетів), впровадження медреформи (10), матеріали, метою яких є збір коштів для лікування тяжкохворих людей (10), позови до лікарів за неналежне виконання професійних обов'язків або розголошення лікарської таємниці (9), вибори очільника Інституту серця МОЗ України (6), лікування бійців Операції Об'єднаних сил (3), ремонт медзакладів та придбання нового обладнання (3), робота екстреної медичної допомоги (3), незадовільний стан медобладнання (2), незабезпеченість хворих життєвонеобхідними препаратами (2), стан медицини за кордоном (2) та інше.

У матеріалах, які стосувалися медреформи, журналісти висвітлювали такі аспекти: будівництво амбулаторій та забезпечення транспортом медпрацівників у селах; родинна трансплантація донорських органів, можливість повернення неякісних ліків назад до аптеки; діяльність шкіл при лікарнях; перелік послуг, вартість яких українцям відшкодуватиме Національна служба здоров'я України. Попри те, що 31 грудня 2018 завершувалася чергова хвиля підписання декларації із сімейними лікарями, про перебіг медреформи у своїх сюжетах згадав тільки «ЮА:Перший». Зокрема, у матеріалах «180 черкасців обрали собі лікаря» (Режим доступу: <http://1tv.com.ua/news/104736>) та «Більше охочих підписати угоду з лікарем у Чернігові» (Режим доступу: <http://1tv.com.ua/news/104738>).

Крім того, іноді в новинах чотирьох мовників висвітлювали інформацію, що стосувалася дієтології, сексології, психології та ветеринарії. Медична проблематика репрезентована в різних телевізійних жанрах [3, с. 59]. Так, під час аналізу виявлено інформаційні сюжети (67 матеріалів), нариси (16), відеозамітки (8) та два експерименти. Загалом, окремої рубрикації для матеріалів досліджуваної тематики – немає. Лише в програмі «Сьогодні» є цикл сюжетів «Жити здорово» та «Допомогти вижити», присвячених медичній проблематиці.

Варто зауважити, що все-таки матеріалів на медичну тему недостатньо, аби задовольнити попит глядачів в повному обсязі, бо невирішених проблем у цій галузі багато. Найпоширенішими на цих каналах можна вважати політичні повідомлення, а от медична проблематика в теленовинах становить в середньому 7% від загального контенту.

На підставі аналізу можна стверджувати, що під час створення сюжетів, журналісти чотирьох каналів дотримувалися стандартів балансу думок, зрозумілості, точності та оперативності [1, с. 7–29]. На Суспільному телебаченні, «1+1» та «ICTV» не виявлено жодного матеріалу на медичну тематику із ознаками замовності. Утім, на телеканалі «Україна», у новинах необгрунтовано використовували коментарі депутата Олега Ляшка, олігарха Ріната Ахметова та голови Харківської облдержадміністрації – Юлії Світличної.

Необхідно зазначити, що в новинах програм «Сьогодні», «ТСН» та «Факти ICTV» журналісти зловживали занадто емоційно забарвленою лексикою («підступний недуг», «смертоносний грип», «небезпечний вірус», «чудодійні ліки»). Натомість, медійники «ЮА:Першого» послуговувалися нейтральними висловами.

Отже, проведений аналіз контенту телевізійних новин чотирьох телемовників засвідчив, що медична тематика в новинах медійників презентована приблизно в однаковому відсотковому співвідношенні («ТСН» – 9%, «Сьогодні» – 8%, ЮА:Перший – 8%, «Факти ICTV» – 5%). Незважаючи на те, що триває медреформа, матеріалів про це в новинах бракує. Крім того, зафіксовано випадки замовних матеріалів. Ці дані дають підстави стверджувати, що медична тематика в українському телебаченні потребує більш ретельного та якісного висвітлення.

Список використаної літератури:

1. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / О. П. Голуб. – Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. – 184 с.
2. Козиряцька С. М. Медична журналістика в контексті наукової / С. М. Козиряцька [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.zsmu.edu.ua/bitstream/123456789/6773/1/Козиряцька%20С._Меджурналістика%20в%20науковій_2015.pdf
3. Мітчел С. Виробництво новин: телебачення, радіо, Інтернет / Пер. з англ. Н. Єгоровець. – К.: Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2008. – 407 с.
4. Недопитанський М. І. Виробництво теленовин : актуальність, характеристика, менеджмент [Електронний ресурс] / М. І. Недопитанський. – Режим доступу : <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=365>
5. «Україна» стала лідером телеперегляду у 2018 році, друге місце – в «1+1», ICTV та «Інтера» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://detector.media/rinok/article/143867/2019-01-08-ukraina-stala-liderom-telepereglyadu-u-2018-rotsi-druge-mistse-v-1-1-ictv-ta-intera/>

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Цапок О. М.

Г. Р. Половинка

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СТАНДАРТИ ПОДАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО АТОВЦІВ У НОВИНАХ ТЕЛЕВІЗІЙНИКІВ

Із початку окупації Криму й до сьогодні в медійному просторі тривають дискусії з приводу дотримання стандартів журналістики в умовах гібридної й інформаційної війни проти України. Особливе місце в цьому питанні займають стандарти подання інформації про учасників ООС. Це зумовлено тим, що некоректне висвітлення відомостей про них може значно нашкодити військовим та їхньому близькому оточенню.

За даними ресурсу «Media Sapiens», в більшості редакцій, особливо регіональних, бракує інституціоналізації професійних стандартів щодо висвітлення інформації про атовців. Інтерв'ю з журналістами виявили, що в більшості випадків вони піддаються інтерпретації з боку журналістів. Немає й універсальних етичних правил: щоразу журналіст приймає рішення, ураховуючи обставини та дослухаючись до власної інтуїції [1].

Насамперед варто зазначити, що інформація про героїв АТО належить до чутливої конфіденційної інформації, тому, подаючи її, необхідно дотримуватися етичних і правових норм, які регламентовані Статтею 8 Закону України «Про Державну таємницю»[5]. Етичні ж норми представлені в Етичному кодексі українського журналіста. [4].

Загалом військова журналістика керується загальноприйнятими журналістськими стандартами. Проте деякі з них журналістам доводиться порушувати. Наприклад, повнота інформації може обмежуватися наданням лише тих даних, які не входять до військової таємниці. Такі дані може відстежувати ворожа сторона і використовувати проти нашої армії, тож їх не варто розкривати [9].

Ще одним типовим порушення стандартів є відхід від неупередженості, спричинений патріотизмом. Воєнний журналіст Роман Бочкала вважає, що патріотична позиція априорі є у всіх представників ЗМІ, які працюють на лінії фронту. Журналіст не бачить протиріччя між стандартами та патріотизмом. На його думку, журналіст не може бути над ситуацією, якщо вона стосується його особисто як громадянина [3].

Медіаексперти ІМІ зазначають, що слід уникати подробиць в описі трагічних подій, найчастіше вони непотрібні. Перед їх висвітленням необхідно запитати себе, як в розумінні ситуації допоможуть страшні й жахливі деталі. [8]. Цю тему продовжує І. Куляс, зазначаючи, що варто перевіряти чужі картинки із зони конфлікту. Це пояснюється тим, що проросійські пропагандисти часто спеціально поширюють компрометуючі відео й фото, де нібито зображені українські військові. [6].

Ще одним важливим стандартом у поданні інформації про українських силовиків є перевірка інформації про загибель чи потрапляння в полон. Експертами в цьому можуть стати очевидці подій. Під час висвітлення такої інформації варто пам'ятати, що подібна неправдива інформація завдасть моральної шкоди потерпілому та його близьким [9].

Дуже обережно необхідно використовувати в журналістських матеріалах про героїв АТО архівні матеріали. Краще їх уникати взагалі. Якщо ж потрібного відео чи фото немає, то слід обов'язково вказати, що цей матеріал взято з архіву і зображені там люди не пов'язані із героями, про яких розповідають [8].

На думку медіаексперта І. Куляса, не слід ідентифікувати військових без їхньої згоди. Перед тим, як вказати це, потрібно обдумувати, наскільки ці дані важливі в матеріалі, а також які наслідки публікації будуть для військового. Краще, коли їх показують у балаклаві, зі спини, із засвіченням, замилено їхні обличчя під час монтажу, не названо імен та прізвищ [6].

У «Пам'ятці для працівників ЗМІ щодо висвітлення бойових дій» зазначено, що репортажі з військовими ніколи не можна завершувати безнадією і розчаруванням, навіть якщо це стосується поразок. Якщо журналіст звертає увагу на проблеми, пов'язані із забезпеченням армійців, то він має вказати, як ці проблеми вже вирішують сьогодні [7].

Розкриваючи стандарти подання інформації про героїв АТО, варто оглянути перелік даних, які обов'язково мають залишатися засекреченими, хоча іноді мимоволі потрапляють в об'єктив камери. не можна розкривати ТАКОЖ такі дані про українського воїна: назву військового підрозділу, у якому він перебуває, замінюючи її на назви «українські силовики», «один із підрозділів», «українська армія» тощо; списки загиблих і поранених доти, доки вони не будуть оприлюднені офіційно; зброю, яка перебуває в його розпорядженні [9].

Журналіст М. Дачковська також наголошує на важливості уникання певних стереотипів про учасників та ветеранів війни. Зокрема, під час війни їх показують сильними та хоробрими, але після повернення додому їм іноді безпідставно можуть приписувати розчарування та посттравматичний синдром [2].

Важливим аспектом в стандартах висвітлення інформації про військових також є доречність термінології. Учасників РУВ на сході доречно називати такими термінами, як ветеран, військовослужбовець (сюди зараховують не тільки громадян нашої країни), солдат (як військове звання), воїн, комбатант (безпосередній учасник бойових дій) та доброволець [10].

Отже, проаналізувавши розкриті експертами та зафіксовані юридично стандарти подання відомостей про учасників АТО, ми дійшли висновку, що загалом вони підпорядковані загальним журналістським стандартам. Проте деякі з них можуть порушуватися, щоб не розкрити військової таємниці. До речей, які мають залишатися поза кадром, належать: імена та прізвища бійців, їх обличчя (якщо цього вимагає звання), загальні панорамні кадри із місцями дислокації військового, зброю, яка перебуває в розпорядженні арміяця, назва підрозділу, у якому герой АТО перебуває тощо.

Список використаних джерел:

1. Висвітлення конфлікту на Сході в українських медіа: дослідження цінностей, установок та практик журналістів [Електронний ресурс] // Спеціальний звіт ГО «Детектор медіа». – К., 2016. – 19 с. – Режим доступу : http://ms.detector.media/content/files/dm_zvit_redpraktika_new.pdf

2. Дачковська М. Образ ветерана АТО в медіа: як уникати стереотипів [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – 2016. – Режим доступу : http://ms.detector.media/ethics/standards/obraz_veterana_ato_v_media_yak_unikati_stereotipiv/
3. Дорош М. Журналісти в зоні АТО : практичний poradnik [Електронний ресурс] / М. Дорош // Media Sapiens. – 2014. – Режим доступу : http://ms.detector.media/mediaprosvita/how_to/zhurnalisti_v_zoni_ato_praktichniy_poradnik/
4. Етичний кодекс українського журналіста [Електронний ресурс] // Релігійно-інформаційна служба України. – 2007. – Режим доступу : <https://risu.org.ua/ua/index/projects/masmedia/16251/>.
5. Закон України «Про державну таємницю». – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3855-12>.
6. Куляс І. Стандарти й етика журналіста в умовах неоголошеної війни [Електронний ресурс] / І. Куляс // Media Sapiens. – 2014. – Режим доступу : http://ms.detector.media/ethics/standards/standarti_y_etika_zhurnalistiki_v_umovakh_neogoloshenoj_viyuni/
7. Пам'ятка для працівників ЗМІ щодо висвітлення бойових дій [Електронний ресурс] – 2014. – Режим доступу : <http://nmpu.org.ua/2014/06/pamyatka-dlya-pratsivnykiv-zmi-schodo-vysvitlennya-bojovyh-dij/>.
8. Стандарти журналістики під час війни. Як писати про трагічні події – Інфографіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://imi.org.ua/articles/standarti-jurnalistiki-pid-chas-viyuni-yak-pisati-pro-tragichni-podiji-infografika/>.
9. Українські військові пояснили журналістам та блогерам, як не варто повідомляти про АТО [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – 2014. – Режим доступу : http://ms.detector.media/ethics/standards/ukrainski_viyskovyi_poyasnili_zhurnalistam_ta_bloggeram_yak_ne_varto_povi_domlyati_pro_ato/z/.
10. Як писати про військових: термінологія для ЗМІ [Електронний ресурс] // Media Sapiens. – 2016. – Режим доступу : http://ms.detector.media/ethics/standards/yak_pisati_pro_viyskovikh_terminologiya_dlya_zmi/.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Цапок О. М.

Д. В. Роженкова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ПРИЙОМІВ У РЕКЛАМІ РЕГІОНАЛЬНИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

Одним із найпопулярніших видів комунікації у сучасних ЗМІ є реклама. Вона охоплює більшість галузей людської діяльності, здійснює вплив на формування свідомості реципієнта. Сучасні медіа неможливо уявити без реклами, адже вона стала одним із головних джерел їхнього прибутку. Згідно із Законом України «Про рекламу», під поняттям реклама розуміють інформацію про особу чи товар, поширену в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою отримання прибутку [1]. Метою реклами є привернення уваги до рекламованого товару і спонукання адресата до його придбання та використання. Таким чином, реклама виконує дві основні функції: інформативну (повідомлення про товар) і маніпулятивну (свідоме та підсвідоме навіювання) [2].

Будь-яка реклама маніпулює свідомістю користувача. Російська дослідниця І. Карабанцева зазначає, що маніпуляції завжди приховані, неявні, щоб реципієнт не здогадувався, що його примушували здійснювати зазвичай непритаманні йому вчинки. Найважливіше в цьому процесі виявляється в тому, щоб зроблений споживачами вибір здавався їм власним вибором, обґрунтованим і виваженим [4].

Мета статті полягає у дослідженні специфіки рекламного контенту та вивченні маніпулятивних прийомів, які використовують у черкаських інтернет-виданнях.

Досліджували методи рекламних маніпуляцій такі дослідники, як: Ю. Миронов [3], В. Субота [6], В. Шейнов [7].

Основними прийомами впливу на реципієнта, які використовують у рекламі онлайн-ЗМІ, є: *навіювання* – це штучне нав'язування словесно або іншими способами різноманітних психологічних явищ або дій іншій людині за умови одночасного відволікання її уваги і зосередження. Так, найчастіше навіювання здійснюють за допомогою таких прийомів:

використання «ікон», тобто навіювання за допомогою авторитетного джерела інформації, оскільки відомо, що аудиторія довіряє певним авторитетним фігурам, лідерам громадської думки. Такий метод застосовано в рекламних зверненнях, що розміщено на «Прочерку» («Мольфарка (Магдалена Мочіовскі): як врятувати себе і забути про біль в суглобах за 1 гривню»), «Про все» («Анна Кушнерук: простатит легко мине за 4 дні», Алла Мазур: псоріаз можна перемогти за 49 гривень»). Також популярним прийомом є покликання на анонімний авторитет: «Вчені з'ясували, яка їжа руйнує пам'ять», «Вчені придумали, як боротися з кольором, який не дає людині заснути» («Прочерк»). Навіювання за допомогою ідентифікації – явище, коли споживач подумки ставить себе на місце зображеного в рекламі персонажа і прагне бути схожим на нього. Наприклад, прийом навіювання за допомогою ідентифікації використано в публікації комерційного характеру «А яким буде твоє весілля?» та культурного: «Літо плануї із нами», «Атма-медитації для дітей та батьків» («In.sk.ua»), також на сайті «Прочерк»: «Українець може стати першим мешканцем на планеті Марс» та на «Про все» – «Щоб зір був як у орла».

Зараження – реклама впливає емоційно: через бажання, самооцінювання (престиж). Також вона заражає не тільки емоціями та цінностями, а й прикладами поведінки споживачів. «Людина з реклами» має бути схожою, близькою для реципієнтів. За нашими спостереженнями, найчастіше публікації, в яких використано цей метод, розкривають медичну тематику або тему краси: «Вся справа у бровах: чим перманентний макіяж відрізняється від мікроблейдингу», де окрім загальної інформації вказано майстра і його реквізитні дані. Часто маніпулюють бажанням жінок бути стрункими («Кавітація – ультрозвукова ліпосакція без оперативного втручання») – «In.sk.ua».

Переконання – цей метод часто базується на збільшенні обсягу інформації про рекламований товар, на гіперболізації, на порівнянні його переваг із недоліками товарів конкурентів, на демонстрації унікальної торгової пропозиції (УТП¹) або об'єкта в дії. Наприклад, на сайті «Про все» розміщена іміджева реклама (профорієнтаційна) – «ЧНУ – твій старт», яка спонукає читача «клікнути» на оголошення і дізнатися більше. Інтернет-видання «Прочерк» містить політичну рекламу з апелюванням до переваг певної партії та її представників («Чому Віталій Скоцик та Аграрна партія України?»). У цій рекламі зазначені переваги цієї партії й сформований позитивний образ.

Створення психозу «брак часу». Ключові слова: «поспішайте», «до завершення акції залишилося кілька днів» тощо. За допомогою цього методу споживача змушують відчутти потребу придбати певний товар.

Апеляція до прогресу. Цей метод частково перетинається з попереднім, оскільки підштовхує людину купувати нове. Його основою є експлуатація цікавості споживача, а також позиціонування фірми як втілення прогресу. Наприклад, оголошення комерційного характеру: «Літо з користю: курси ІТ-технологій, англійської мови, манікюру, курси водіїв» – рекламна добірка, розміщена в інтернет-ЗМІ «In.sk.ua».

Патріотизм. Зараз набуло популярності гасло «купуй українське». Вплив відбувається за рахунок використання образів національних героїв, історичних і фольклорних персонажів, а також таких ключових слів, як: «Україна», «козацька сила», «наше», «рідна земля» та інше. У більшості випадків, цей метод використовують у соціальній рекламі, наприклад, в онлайн-виданні «Про все» цей метод застосований в таких рекламних оголошеннях: «Волонтери просять допомогти з плащами-палатками», «Син загиблого учасника АТО потребує допомоги».

Наведення жаху. Споживачеві вселяють думку про те, що існують смертельно небезпечні ситуації, в яких може допомогти тільки певний товар чи послуга. У більш м'якому варіанті така реклама може набувати форми поради, в якій, однак, міститься загроза. Іноді цей метод використовують у рекламних зверненнях на соціальну тематику. Наприклад, в онлайн-

¹ Унікальна торгова пропозиція – це головна споживча перевага товару перед конкурентами, його унікальна відмінність від інших аналогічних марок [35, с.6].

ЗМІ «In.sk.ua» розміщено публікації «SOS» – прохання про допомогу («Жителька Монастирища, Віра Тетюк, потребує термінової операції. У неї виявлено злякисне утворення молочної залози» – рекламне звернення подане від її доньки, яка закликає долучитися до порятунку) та «Про все» («Брату і сестрі зі Сміли на слухові апарати потрібно 115 тисяч гривень»).

Експлуатація батьківського інстинкту. Товар презентують як корисний і потрібний насамперед дітям [5]. Прикладом використання цього методу слугує оголошення «Лікування дитячих зубів» на «in.sk.ua». Рекламодавці не тільки інформують населення про процес лікування дитячих зубів, але й рекламують стоматологічну клініку, де надають такі послуги.

Отже, реклама неможлива без маніпулювання свідомістю, адже вона формує певні людські потреби, попит на той чи той товар. У рекламі вдаються до різних вербальних технологій маніпулювання свідомістю, зокрема орієнтованих на збудження бажань, навіювання, переконання та ін. Ефективності рекламного повідомлення можна досягнути за допомогою використання різних методів впливу на аудиторію. Так, основними прийомами впливу на реципієнта, які використовують у рекламі онлайн-ЗМІ, є навіювання, переконання, зараження, апелювання до патріотизму, наведення жаху, експлуатація батьківського інстинкту, апелювання до прогресу.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про рекламу». – [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.
2. Исаева Н. Изучение языка рекламы в техническом ВУЗе [Електронний ресурс] / Н. Исаева. – Режим доступу : http://www.mami.ru/science/autotr2009/methodical/articles/m04/m04_34.pdf.
3. Миронов Ю. Основы рекламной деятельности : навч. посіб. / Ю. Миронов, Р. Крамар. – Дрогобич : Посвіт, 2007. – 208 с.
4. Мозер К. Психология рекламы : учебник маркетинга и рекламы / К. Мозер. – Х. : Гуманитарный Центр, 2004. – 380 с.
5. Процак Х. Засоби психологічного впливу та маніпуляції громадською свідомістю у рекламі [Електронний ресурс] / Х. Процак. – Режим доступу : <http://www.mediakrytyka.info/za-scho-krytykuuyut-media>.
6. Субота Є. Реклама на регіональному телебаченні як засіб впливу на споживача [Електронний ресурс] / Є. Субота // Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв. Мистецтвознавство. Архітектура. – 2010. – № 1. – С. 50 – 54. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2010_1_13.
7. Шейнов В. Эффективная реклама: секреты успеха / В. Шейнов. – М. : Ось-89, 2003. – 448 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Надточій О. Л.

О. А. Тютенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СТРУКТУРАНТИ ЗАГОЛОВКОВОГО КОМПЛЕКСУ В РЕГІОНАЛЬНИХ ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

На сучасному етапі розвитку суспільства інтернет без перебільшення розглядають як глобальний засіб масової інформації. Він дає змогу великій кількості людей отримувати швидкий доступ до всіх джерел інформації. Та все ж він є тільки технологією, завдяки якій і розвиваються нові різновиди ЗМІ [3].

Одним із прийомів привернення уваги споживачів інформації в інтернет-медіа є використання ефективного заголовкового комплексу. Він формує перше уявлення про написане, створює відповідний настрій перед прочитанням, є початковим кроком до аналізу матеріалу. Аналізу заголовкового комплексу присвячено наукові розвідки В. Карпенка [4], Н. Ніколіної [6] та ін. Дослідниця О. Хворостина [8] з'ясувала значення заголовка для інтернет-видання в цілому. Засоби створення влучних назв, їхні лінгвістичні та синтаксичні особливості вивчали такі науковці, як Л. Грицюк [1], А. Захарченко [2], С. Шевченко [9] та ін.

Метою нашої розвідки є вивчення особливостей і складників заголовкового комплексу регіональних інтернет-видань. Варто зауважити, що вдалий заголовок – це значна частина

успіху публікації. Змістовну статтю з невиразною назвою читачі не завжди помічають. Яскравий і правильно оформлений заголовок підвищує ефективність сприймання матеріалу. Розширюючи контекст публікації інтернет-видання, він дає змогу читачеві отримувати «опорні факти» та, спираючись на них, вибудовувати свої інтерпретації [9]. Крім того, заголовковий комплекс на сайті є основним джерелом інформації для читачів, адже значна частина користувачів узагалі не читає тексту новин або статей, а отримує необхідну інформацію лише із назв.

Розглянемо насамперед різні тлумачення цього поняття. Так, **заголовковий (заголовний) комплекс** – це 1) сукупність взаємопов'язаних текстових графічних зображень, що лаконічно подають інформацію про видання (ДСТУ301795); 2) сукупність елементів і графічних засобів, які стисло розкривають зміст матеріалу (Є. Фастовець); 3) увесь масив елементів, за допомогою яких можна розкрити зміст видання чи публікації [7].

Доцільною вважаємо градацію назв, запропоновану В. Михайленком [5]: «заголовковий комплекс як узагальнення змісту журналістського твору складається із двох частин: назв і передтекстів. До *назв* належать рубрики, заголовки, підзаголовки, внутрішні заголовки, а до *передтекстів* – анонси, епіграфи, ліди, субліди [5]. Варто зауважити, що ці елементи характерні для заголовкового комплексу друкованих видань. Спираючись на цю класифікацію в аналізі регіональних інтернет-ЗМІ, ми виявили, що до назв можна зарахувати рубрики, заголовки та підзаголовки, а до передтекстів – анонси, ліди та субліди.

Головна мета структуризації назв – упорядкувати матеріали на сайті й полегшити сприймання текстів аудиторією та пошуковиками. *Рубрики* – це поділ повідомлень на сайті за змістом, жанром і графічно. В інтернет-виданнях їх класифікують за складністю: прості, із проектом(-ами), розгалужені з проектами та розгалужені з підсайтами. *Заголовок* – це концентроване відображення головної ідеї твору, основної думки автора. За семантикою та способом вираження вербальні заголовки для інтернет-медіа можуть містити загальні знаки, ускладнені й образні; за складністю вони бувають однокомпонентними, двокомпонентними та заголовками-реченнями. *Підзаголовок* – це необхідне уточнення змісту заголовка. Вони бувають двох видів: пояснювальна фраза та репліка, що написана після двокрапки.

Серед структуризації передтекстів *анонс* є коротким повідомленням, узагальненням про проведення окремої події, що має відбутися найближчим часом, зі стислим викладом змісту. *Лід* є передтекстом, розміщеним після заголовка й виділеним іншим шрифтом або нешрифтовим засобом. Вирізняють кілька груп лідів: прямий, який відповідає на основні запитання; уповільнений містить відповіді на ті ж запитання, але в такій послідовності, що найголовніше автор розміщує в кінці; комбінований може містити застарілі факти, але описано цікавий предмет матеріалу. *Сублід* є структурним елементом головної сторінки сайту, який розташовують одразу після ліду. Він має містити нову інформацію, а не повторювати заголовок і лід.

Критерієм успішності інтернет-видання є відвідуваність сайту. Для того, щоб читач побачив матеріал, потрібно оптимізувати його для пошукової системи, а тоді вже робити привабливим для аудиторії. Цю мету можна реалізувати, зробивши заголовки клікабельними. Створюючи заголовковий комплекс, варто використовувати правила наближення інтересів. При цьому цікавішою можна зробити назву, якщо зацентувати увагу читачів на відомому прізвищі. Ще одним важливим принципом клікабельності є інтрига в заголовку, що утримує увагу читача. Назви творів, у яких вміщено не предмет обговорення, а його наслідок, зацікавлюють читача. Також журналіст повинен знати базові правила написання ліду (субліду), щоб залучити аудиторію не лише до відвідування сайту видання, але й прочитання текстів.

Аналіз заголовкового комплексу регіональних інтернет-ЗМІ «*Про все*» та «*ІнфоМІСТ*» дозволяє стверджувати, що перше видання публікує матеріали з більш складними структуриантами назв. Так, воно має рубрикацію з проектами, тобто, крім восьми основних рубрик, «Новини» додатково поділено ще на 8 підрубрик, а проект «Вісник АТО» ще на три. Видання «ІнфоМІСТ» хоча й має 9 рубрик, але дві з них («Анонси» та «Благодійність») не

містять жодного матеріалу. Така рубрикація має свої переваги, оскільки чим менше рубрик, тим більше матеріалів можна до них зарахувати. Обидва видання дублюють матеріали в кількох рубриках та стрічці новин, аби збільшити вірогідність того, що читач побачить ці тексти. Анонси публікують обидва видання, але «Про все», на відміну від «ІнфоМОСТУ», розміщує два види таких передтекстів: по-перше, як структуранти головної сторінки сайту, тобто заголовки та фото, що є гіперпосиланнями до статті; по-друге, як самостійний жанр, виокремлений у самостійну рубрику.

Проаналізувавши заголовки, ми з'ясували, що «Про все» публікує більше ускладнених та образних назв, ніж «ІнфоМІСТ». Обидва видання обмежуються лише повними та неповними синтаксичними структурами. Підзаголовки в обох інтернет-ЗМІ використовують однаково – як пояснювальну фразу в заголовку після двокрапки чи тире. Зауважимо, що естетичніше вони оформлені на сайті «ІнфоМІСТ», оскільки це видання, на відміну від «Про все», послуговується ними в лонгридах, де подібні елементи заголовкового комплексу мають більш привабливий вигляд.

Праналізувавши ліди в зазначених виданнях, знову підтверджуємо тезу, що електронне медіа «Про все» використовує більш складні передтексти, ніж «ІнфоМІСТ». Так, уповільнених і комбінованих лідів на сайті «Про все» можна знайти більше, ніж в іншому аналізованому виданні.

Отже, заголовковий комплекс є водночас «гачком» для читача та складником рейтингу регіонального сайту. Річ у тім, що з того скільки людей побачить матеріали і зайде на сайт, щоб прочитати їх формується показник рейтингу. Під час нашої розвідки ми з'ясували, що видання «Про все» використовує складніші передтексти, ніж «ІнфоМІСТ». Тому воно й очолює рейтинг черкаських інтернет-видань уже другий рік поспіль.

Список використаної літератури:

1. Грицюк Л. До питання про лінгвістичний статус заголовка / Л. Грицюк // Мовознавство. – 1989. – № 5. – С. 55–58.
2. Захарченко А. П. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування» / А. П. Захарченко. – Київ, 2014. – 198 с.
3. Іванов В. Ф. Комп'ютерні мас-медіа на межі століть / В. Ф. Іванов // Актуальні питання масової комунікації. – Київ, 2002. – Вип. 3. – Ч. 1. – С. 41–43.
4. Карпенко В. Вдалий заголовок – половина успіху / В. Карпенко // Наукові записки інституту журналістики. – 2007. – № 1. – С. 63–67.
5. Михайленко В. Заголовковий комплекс як базовий елемент журналістського твору / В. Михайленко // Наукові записки інституту журналістики. – Київ, 2013. – Т. 50. – С. 239–244.
6. Ніколіна Н. Филологический анализ текста : учеб. пособие / Н. Ніколіна. – 2-е изд., испр. – Москва : Академия, 2007. – 272 с.
7. Рубрикація газети. Заголовковий комплекс [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://helpiks.org/4-114826.html>.
8. Хворостина О. В. Новинний портал як платформа функціонування мережевих медіа [Електронний ресурс] / О. В. Хворостина – Режим доступу : https://www.researchgate.net/publication/313675508_Novinnij_portal_ak_platforma_funkcionuvanna_merezevih_media.
9. Шевченко В. Система рубрикації газети – основа ієрархічної організації [Електронний ресурс] / В. Шевченко – Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1188>.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Федоренко О. Д.

О. Ю. Фесенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СПЕЦИФІКА СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА ПРО НАВЧАЛЬНИЙ ПІДРОЗДІЛ УНІВЕРСИТЕТУ

У сучасному соціумі стрімко зростає і розвивається сучасний ринок освітніх послуг. Відповідно, основою і передумовою розвитку людини як одиниці цього соціуму є освіта, отримані вміння та навички. Їхня успішна та ефективна реалізація формує

конкурентоспроможного учасника ринку. Розширення пропозиції та диференціювання спектру товарів та послуг, представлених на ринку, об'єктивно зумовлюють відповідні процеси і в галузі освіти. Ефективна іміджева діяльність є основою успішного розвитку іміджу сучасного ЗВО.

Нині актуальним є формування реклами ринку освітніх послуг вищого навчального закладу, зокрема й через презентацію його освітніх та наукових досягнень. Реклама допомагає споживачу ознайомитися з первинною інформацією про новий товар, дізнатись про його переваги, отримати позитивні характеристики та оцінки. Тому українські ЗВО почали активно працювати над формуванням власного іміджу. Суспільство з різних джерел отримує значний потік інформації, тому постійно потребує оновлених актуальних відомостей з різних сфер життя. Важливу роль у цьому процесі відіграють презентаційні рекламні ролики про аспекти діяльності вишу.

Потенційна аудиторія вищих навчальних закладів у цілому та їхніх структурних підрозділів зокрема прагне отримувати відомості, щоб мати змогу сформуванню власну думку про той чи той виш або про його певний факультет чи кафедру. Відтак важливо, щоб інформація про діяльність була оприлюднена. Лише у такому разі вона зможе конкурувати зі схожими навчальними підрозділами інших ЗВО.

Проблема ефективної іміджевої діяльності ЗВО є предметом пильної наукової уваги багатьох дослідників. Так, вивченню її особливостей присвячені праці закордонних науковців О. Душенкіна [3], В. Скубей [6], Р. Харріс [8], П. Уорд [7] та українського автора О. Дудко [2]. У цих студіях схарактеризовано особливості іміджевої діяльності загалом та деякі аспекти розроблення рекламних кампаній зокрема, проте майже не дослідженими лишаються особливості планування та проведення заходів, спрямованих на формування позитивного іміджу вищих навчальних закладів, а також специфіка й правила створення відповідної аудіо- та відеопродукції.

Позитивний імідж ЗВО створюють за допомогою адекватної інформаційної діяльності. Це може бути реклама університету як установи загалом, або висвітлення діяльності певних її структурних підрозділів чи напрямів діяльності. Ключовим моментом створення якісного відеоролика є детальне розроблення його ідеї [5]. Ідея – це головний чинник будь-якого проекту, вона є провідною думкою твору. Її можуть створити як автори відео, так і люди, які замовляють рекламу своєї установи. Все ж насамперед ідея твору залежить від продукту, який замовляють. Важливо інформативно повно й цікаво представити діяльність навчального підрозділу, провівши ефективну рекламну кампанію.

Основними джерелами для такої продукції можуть бути люди, документи та Інтернет. Для збирання інформації можна застосувати методи інтерв'ювання, експертного опитування, контент-аналізу, синтезу, порівняльного аналізу. Головне завдання продукту полягає в тому, щоб поінформувати аудиторію про діяльність ННІ, завдяки чому збільшити кількість потенційних студентів. Аудиторією є потенційні студенти, які прагнуть обрати фах за певною спеціальністю.

Основні жанрові ознаки ролика такого типу – це наявність сюжету, що передбачає розвиток теми, цікавий початок та завершення, обов'язковим елементом кожного з роликів також є музичний супровід. Сюжетно-композиційна будова відеопродукту залежить від конкретного задуму автора. У процесі реалізації проекту всі елементи змісту можна впорядкувати відповідно до ідеї, сюжету та композиції. Найважливішим етапом структурування кожного сюжету є розроблення послідовності всіх його структурних частин, тобто композиція. Композиція – це зумовлена змістом побудова інформаційного звернення, яка має такі частини: вступ, основна частина й закінчення. Композиція рекламного ролика складається з: підводки, тобто вступу, основної частини (тексту журналіста (закадру), синхронів співрозмовника, лайфів), кульмінації та закінчення [5]. Вступ містить певну експозицію. Це дає змогу глядачеві налаштуватися на перегляд відео про рекламований навчальний підрозділ. Розпочинатися ролик може із закадрового тексту, що звучить на фоні відеоряду, який представлений панорамними кадрами університету, аудиторіями навчального підрозділу, кабінетом, в якому працюють викладачі кафедри та ін.

Ще одним структурним компонентом ролика є синхрони. Вони виконують інформативну функцію. Завдяки прямій мові головних героїв роликів можна подати інформацію, яка необхідна для його переконливості. Також ролик може супроводжувати музика, яка разом із синхронами та закадровим текстом допомагає створити динаміку. Зазначимо, що музичний супровід радять добирати здебільшого без слів, адже тексти можуть відволікати глядача від сприймання текстової інформації, що міститься в закадровому тексті.

Отже, композиція – це важливий засіб побудови твору, забезпечення його цілісності, «скріплення» основних композиційних компонентів журналістського продукту. Структура ролика залежить від різновиду створеної рекламної продукції. Композицію аудіовізуальних матеріалів формують закадровий текст, синхрони, відеоряд, музичний супровід. Аби представити аудиторії рекламний ролик про навчальний підрозділ університету, варто виконати кілька етапів, а саме: збирання інформації, створення сценарію, планування та проведення процесу знімання. Опісля – запис закадрового тексту, вибір музичного супроводу та монтаж кожного ролика.

Творчий продукт такого характеру є перспективним напрямом рекламно-іміджевої діяльності, який спонукає до подальшого продукування матеріалів про функціонування інституту, роботу його викладачів, позанавчальні заходи для студентів, їхній побут та ін. Це дасть можливість зацікавити абітурієнтів до вступу й популяризувати навчальний підрозділ серед інших ЗВО.

Список використаних джерел:

1. Аксенова К. А. Реклама и рекламная деятельность : конспект лекций / К. А. Аксенова. – М. : Аспект Пресс, 2005. – 96 с.
2. Дудко О. С. Роль репутації у створенні міжвузівського навчального закладу / О. С. Дудко // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації : зб. наук. пр. – 2011. – № 1. – С. 125 – 130.
3. Душенкина Е. А. Корпоративный имидж. Теория практики [Электронный ресурс] / Е. А. Душенкина. – Режим доступа : http://www.ci-journal.ru/article/201/200803corporate_image.
4. Кондель Т. К. Особливості реклами у ЗМІ [Електронний ресурс] / Т. К. Кондель. – Режим доступу : http://ijimv.knukim.edu.ua/zbirnyk/1_2/46-kondel.pdf.
5. Обритько Б. А. Реклама і рекламна діяльність : курс лекцій / Б. А. Обритько. – Київ : МАУП, 2002. – 147 с.
6. Скубей В. Б. Как работать над фильмом о своей компании журналистики [Электронный ресурс] / В. Б. Скубей. – Режим доступа : http://kinoru.ucoz.ru/publ/8_1-0-401.
7. Уорд П. Композиция кадра в кино и на телевидении / П. Уорд. – М. : ГИТР, 2005. – 196 с.
8. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций / Р. Харрис – СПб. : Еврзнак, 2002. – 448 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Надточій О. Л.

Д. А. Шевченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМАТИКА НАУКОВО-ПОПУЛЯРНИХ ПРОГРАМ ТЕЛЕКАНАЛУ «МЕГА»

У статті проаналізовано особливості науково-популярних телепрограм, з'ясовано їхню класифікацію та специфіку, а також здійснений аналіз тематики програмної продукції науково-популярного столичного телеканалу «Мега».

Ключові слова: науково-популярна телепрограма, рубрикація, аналіз, проблематика, тематичні вектори.

Сучасні наукові досягнення і винаходи дуже швидко стають популярними й суттєво впливають на життя суспільства. Важливо вчасно та зрозуміло роз'яснювати суть тих чи тих наукових надбань, що є місією науково-популярної журналістики загалом та телевізійної зокрема. На сучасному етапі розвитку суспільства науково-популярна тележурналістика в Україні перебуває в стані занепаду. Це зумовлено низкою причин, а саме: малим попитом на тематику науково-популярного змісту, високою собівартістю випуску цих програм та відсутністю кваліфікованих журналістів, здатних писати про складне зрозумілою для пересічних громадян мовою.

Актуальність теми зумовлена браком практично орієнтованої інформації стосовно науково-популярних телепрограм, їхньою роллю в популяризації науки, а також потребою виокремлення тематичних векторів цих програм.

Дослідники поки що приділяють недостатньо уваги науково-популярним телепрограмам, зокрема їхній проблематиці, а тому виникає потреба забезпечити журналістів теоретико-методологічною базою, необхідною для створення якісних науково-популярних програм на телебаченні.

Мета роботи полягає у визначенні специфіки та проблематики науково-популярних програм на телебаченні (на прикладі столичного науково-популярного телеканалу «Мега»).

Реалізація поставленої мети передбачає такі завдання: розкрити сутність поняття «науково-популярна телепрограма», визначити специфіку та функції цих програм; з'ясувати тематичні вектори програм науково-популярного спрямування на столичному каналі «Мега».

Тож варто зупинитися докладніше на з'ясуванні сутності та особливостей науково-популярних телепрограм. На думку Г. Кузнєцова, «науково-популярні програми – це програми, створені на основі теоретичних та (чи) експериментальних відомостей, а також досліджень у галузі науки, культурної техніки, викладених у формі, зрозумілій глядачеві-нефахівцеві. Науково-популярні програми схожі з науковими, однак призначені для широкого кола глядачів, мають доступний й популярний стиль викладу [7].

Основою контенту програм науково-популярного спрямування є все те, що належить до наукових досліджень. Безумовно, одними з найважливіших функцій таких програм є популяризація й пропаганда наукових знань, формування наукового світогляду глядача, однак не менш важливими постають також і просвітницька та інформативна функції.

Науково-популярні програми виходять в ефір переважно на спеціалізованих каналах, єдиним, що позиціонує себе в українському телепросторі як науково-популярний, є столичний недержавний телеканал «Мега» [9].

Здійснивши жанрово-тематичний аналіз 116 програм телеканалу «Мега» за грудень 2018 року, можемо констатувати, що в основному науково-популярна тематика представлена у формі документальних серіалів (57 %), документальних програм (29 %), ток-шоу (9 %) і наукових фільмів (5 %). За допомогою серіалів оприлюднюються наукові відомості, факти й результати досліджень, гіпотези, ідеї, відкриття. Фактично науково-популярні серіали популяризують глядачам, власне сам науковий метод сприйняття дійсності. У науково-популярному серіалі можуть використовувати дані декількох наук, проте серед них одна є основною, а решта – допоміжні. В основу науково-популярних документальних програм покладено реальні наукові події, тоді як жанр ток-шоу а являє собою телевізійну дискусію, у ході якої обговорюють різні погляди на певну актуальну для широкого загалу наукову проблему, що має суспільний інтерес. Менш поширеним жанром на каналі є наукові фільми (переважно на історичну тематику).

У ході вивчення змістового наповнення каналу констатовано, що 45 % контенту – це програми історично-релігійного характеру; програми про флору та фауну складають 28 %; інформація про цікаві подорожі, пригоди та туризм – 15 %, а програми про науку та техніку – 12%.

Як свідчать результати проведеного дослідження, ключовою темою телепрограм каналу «Мега» є «Історія та релігія» (45%). У матеріалах цього тематичного блоку автори розповідають про важливі дати, епохальні постаті, які впливали на хід історії, а також представляють розслідувальні матеріали на цю тематику. Програми про тваринний і рослинний світ, у яких розкрито таємниці дикої природи різних континентів світу, складають менший відсоток. Крім того, аудиторія може дивитися програми про мандри та туристичні маршрути (таких програм зафіксовано близько 15 %). Перегляд програм цього тематичного блоку мотивує телеглядачів до нових туристичних подорожей найдивовижнішими місцями нашої планети. Також «Мега» транслює програми про наукові відкриття в технічній сфері. Блок «Наука і техніка» складає 12 % контенту телеканалу.

Щодо походження медійного продукту, то більшість програмної продукції каналу (90 %) – це програми закордонного виробництва і лише 10 % – вітчизняний науково-популярний телепродукт.

Отже, проведений аналіз жанрово-тематичних особливостей програм на столичному телеканалі «Мега» засвідчив, що науково-популярна тематика на ньому представлена у формі документальних серіалів (57 %), наукових документальних програм (29 %), ток-шоу (9 %) та наукових фільмів (5 %). Щодо контенту телепрограм, то науково-популярна тематика представлена основними чотирма тематичними блоками: «Історія та релігія», «Наука і техніка», «Флора і фауна», «Пригоди та мандри», що містять по кілька тематичних мікротем (45 % – це програми історично-релігійного характеру, 28 % – про флору та фауну, медійний продукт про цікаві подорожі й пригоди та туризм складає – 15 %, а програми науково-технічного характеру – лише 12 %). Також на каналі «Мега» транслюють переважно програмну продукцію науково-популярного характеру закордонного виробництва.

Обрана тема дослідження не вичерпує всіх питань, пов'язаних із проблематикою науково-популярних програм на телебаченні, а тому потребує подальшого наукового вивчення, що і стане предметом подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко Т. О. Популяризація науки у вітчизняному медіапросторі / Т. О. Бондаренко // Держава та регіони. – 2012. – № 1. – Серія: «Соціальні комунікації». – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr_sk/2012_1/les/SC112_06.pdf.
2. Вакурова Н. В. Типология жанров современной экранной продукции : учебное пособие / Н. В. Вакурова, Л. И. Московкин. – М., 1997. – Режим доступа : http://evartist.narod.ru/text3/08.htm#з_02.
3. Дмитровський З. Телевізійна журналістика : навч. посібник / З. Дмитровський. – Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2006. – 208 с.
4. Здоровега В. Теорія і методика журналістської творчості : навч. посіб. / В. Здоровега. — Львів : ПАІС, 2000. – 180 с.
5. Зелінська Н. А. «Який він науковий стиль?» / Н. А. Зелінська. – 2014. – Режим доступу : <http://kulturamov.uv.univ.kiev.ua/КМ/pdfs/Magazine38-3.pdf>.
6. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа : учеб. пособие / А. Князев. – Бишкек : КРСУ. – 2001. – Режим доступа : <http://www.evartist.narod.ru/text1/09.htm>.
7. Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика : учеб. пособие / Г. В. Кузнецов, В. Л. Цвик, А. Я. Юровский та ін. – М. : Высшая школа, 2002. – Режим доступа : <http://evartist.narod.ru/text6/23.htm>.
8. Михайлин И. Л. Основы журналистики : ученик ; изд. четвертое, исправл. и доп. / И. Л. Михайлин. – Харьков : ХИФО, 2004. – 350 с.
9. Офіційний сайт каналу «Мега». – Режим доступу : <http://megatv.ua>.

Науковий керівник: к. соц. ком., доцент Ковтун Н. О.

**ВИДАВНИЧА СПРАВА
ТА РЕДАГУВАННЯ**

ЕМБЛЕМА ЯК ЕЛЕМЕНТ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Сьогодні відчуваємо кризу університетської ідентичності в Україні. З кожним роком університети витрачають усе більше зусиль на розширення використовуваних символів та емблем, для привернення уваги абітурієнтів. Емблеми важливі у рекламній вищих навчальних закладів, але якщо ми можемо спостерігати осучаснення емблем університетів то наукові підрозділи не надають їм значення, що призводить до виникнення незрозумілих для реципієнтів емблем.

Теоретичним підґрунтям нашого дослідження є праця українського професора Є. С. Рачкова «Емблеми класичних університетів України кінця ХХ – початку ХХІ ст.: генезис, класифікація, функції» [4], у якій проаналізовано класифікацію та функції емблем українських ВНЗ.

Також емблематика як компонент фірмового стилю була детально розроблена таким вченим, як С. Г. Попов [3], а у статті Ю. П. Купріної [2] детально проаналізовано класифікацію емблем та вказано на які фактори варто зважати при їх створенні.

Метою нашої роботи визначити основні проблеми у створенні емблеми для вищих навчальних закладів.

У сучасній термінології емблема – це оригінальне зображення повного або скороченого найменування фірми, закладу або продукції. Вона виконує безліч функцій, необхідних для сьогоdnішнього процвітання вищого навчального закладу. По-перше, асоціативну: виділяє ВНЗ серед інших. По-друге, захисну: зареєстрована емблема захищає ВНЗ від недобросовісної конкуренції і дозволяє захистити її права в суді. По-третє, гарантійну функцію. У сприйнятті споживача наявність емблеми, що має усталену репутацію, є гарантією якості. По-четверте, рекламну функцію: емблема створює певний образ, допомагаючи цільовій аудиторії легко асоціювати його з певною якістю [2].

Створення емблем для вищих навчальних закладів є складним процесом. Як зазначає Є. С. Рачков у своїй праці «Емблеми класичних університетів України кінця ХХ – початку ХХІ ст.: генезис, класифікація, функції», «автори такої символіки прагнуть за допомогою різноманітних візуальних засобів уписати культурний код навчального інституту у загальноуніверситетську традицію та одночасно наголосити на його унікальності. З кожним роком університети витрачають усе більше зусиль на розширення спектру використовуваних символів та емблем. Неабияк цьому сприяє пошук навчальними закладами нових комунікативних стратегій, обумовлений реакцією університетів та політико-економічними та соціокультурними умовами, у яких вони опинилися після проголошення незалежності України та впровадження нових принципів функціонування системи вищої освіти [4, 197]. Однією з головних проблем емблематики Є. Рачков називає використання застарілих і неправильних образів для її створення. Він радить обов'язково уникати застарілих ідей. Застарілі символи люди бачать настільки часто, що це вже не привертає увагу, і така емблема погано запам'ятовується [4, 196].

Важливою тенденцією брендингу класичних університетів України є заміна, а іноді ситуативна підміна, офіційної загальноуніверситетської емблеми її спрощеною та стилізованою копією або емблемою, який має характер товарного знаку та відповідає затребуваному ринком образу навчального закладу.

Процес становлення та еволюції т. зв. «нової» символіки класичних університетів розпочався зі здобуттям України незалежності та триває до сьогодні [5, 53-57].

У емблематиці українських ВНЗ – це найголовніша проблема. Проаналізувавши безліч емблем, можемо стверджувати, що найбільш часто використовують такий символ, як книга. При чому зображення книги в емблемі використовують не тільки гуманітарні інститути. Наприклад, емблеми Уманського національного університету садівництва, Національного університету «Одеська юридична академія» чи емблема Харківський національний університет повітряних сил імені Івана Кожедуба.

Важливою тенденцією брендингу класичних університетів України є заміна, а іноді ситуативна підміна, офіційної загальноуніверситетської емблеми її спрощеною та стилізованою копією або емблемою, який має характер товарного знаку та відповідає затребуваному ринком образу навчального закладу.

Процес становлення та еволюції т. зв. «нової» символіки класичних університетів розпочався зі здобуттям України незалежності та триває до сьогодні [5, 53-57].

Важлива можливість емблеми – адаптуватися, що впливає на довговічність, тобто використання емблеми протягом довгого періоду, при внесенні до неї незначних правок.

До початку створення емблеми особливо важливо продумати, як ця емблема має запам'ятатись реципієнту. У своїй книзі Чіп Кідд «Перше враження» говорить про те, що є «два найдієвіші та найцікавіші аспекти першого враження – взаємно протилежні: ясність і загадковість. Ясність потрібна, коли люди мають негайно зрозуміти вас. Вона прямолінійна. Розумна. Це основа. Вона чесна і легка у сприйнятті. Водночас, коли вона автоматично застосовується до всього, стає просто нудно». Але при цьому говорить, що надмірна «загадковість може й налякати. Вона за своєю природою набагато складніша за ясність» [1, 15-19].

Ще однією важливою вимогою до розробки емблеми, яке не входить до складу основних, але тим не менше має враховуватися, є асоціативність емблеми. Ця властивість емблеми позначає присутність зв'язків, асоціацій між емблемою і особливостями маркованих нею товарів [3].

Якщо порівняти емблеми Національного університету біоресурсів і природокористування та емблема Національного університету водного господарства та природокористування, то обидві емблеми є індивідуальними, але лише друга оригінальна і більш функціональна, що є запорукою його запам'ятовуваністю для реципієнтів і стає більш вигідною для університету.

Важливо зазначити, що ситуація з емблемами університетів набагато краща ніж з емблемами інститутів, факультетів чи кафедр. Останні тільки почали створювати свої власні емблеми, що мають їх вирізняти не лише з поміж інших навчальних підрозділів цього ж університету, але й інших університетів. Найчастіше, такі емблеми створюють не дизайнери і тому ми можемо спостерігати наявність таких невдалих і недоречних емблем, як емблема кафедри «Фізіології Людини і тварини» Львівського національного університету ім. Івана Франка, чи емблема кафедри «Біотехнології та радіології» Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького.

Отже, зараз ми спостерігаємо «брендингові війни» університетів, інститутів, факультетів та кафедр, у результаті яких створюються нові емблеми. Емблеми важливі у рекламі вищих навчальних закладів, але якщо університети осучаснюють свої емблеми то наукові підрозділи надають їм дуже мале значення, що призводить до виникнення невдалих і незрозумілих для реципієнтів емблем. Важливо при створенні таких емблем звертати увагу на критерії та типи емблем, точно розуміти стиль і дотримуватися його єдності.

Список використаних джерел:

1. Кідд Ч. Перше враження / Чіп Кідд, пер. з англ. М. Щербатюк. // Харків : Віват, 2017. — 144 с.
2. Куприна Ю. П. Дизайн логотипа и его особенности / Ю. П. Куприна // Культура и мировоззрение. — 2014. — №3 (061). — С. 243–248.
3. Попов С. Г. Основы маркетинга, учебное пособие / С. Г. Попов // СПб.: Питер, 2001. — 149 с.
4. Рачков Є. С. Емблеми класичних університетів України кінця XX — початку XXI ст. : генезис, класифікація, функції / Є. С. Рачков // Харків, 2016. — 258 с. URL: http://www.dnu.dp.ua/docs/ndc/dissertations/D08.051.14/dissertation_583981549077e.pdf
5. Рачков Є. С. Сучасні тенденції розвитку символіки класичних університетів України: між брендом та традицією [Електронний ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/320853172_Sucasni_tendencii_rozvitku_simvoliki_klasicnih_universitetiv_Ukraini_miz_brendom_ta_tradicieiu

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Погрібна О. О.

СПІЛЬНІ ТА ВІДМІННІ РИСИ БЛОГОСФЕРИ ТА ЖУРНАЛІСТИКИ

Сьогодні блогінг – це одна із найпопулярніших сфер діяльності, яка не обійшла стороною і журналістику. Зараз щохвилини створюється новий блог і чи не кожен третій називає себе медійником. Дуже часто і самі читачі плутають журналіста та блогера, але по суті це зовсім різні поняття. Цим зумовлена актуальність теми.

Метою нашої роботи є визначити спільні та відмінні риси блогосфери та журналістики. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: окреслити спільні види робіт блогера і журналіста; визначити оціночні критерії, за якими слід розрізняти матеріали блогерів і журналістів.

Ступінь наукового опрацювання окресленої теми є досить високим. Питання блогосфери, зокрема української, усе частіше стають предметом вивчення вчених, унаслідок чого з'явилося чимало розвідок у наукових журналах. Крім того, взаємодія блогінгу і журналістики є предметом обговорення в публікаціях журналістів і усних виступах самих блогерів, зокрема на сайтах «Медіаграмотність» та «Медіакритика». Питання блогерства турбує і Національну спілку журналістів України, про що повідомляє журнал «Журналіст України»[8]. Проблема розмежування журналістики і блогу розглядаються в працях О. Кузнецової[4], В. Гвоздева[1]. У фахових підручниках Б. Потятиника[6], І. Михайлина[5] та Р. Крейга[3] також неодноразово згадується блог як вид медіадіяльності в інтернеті. Однак, аналіз літературних джерел показав, що проблема потребує додаткового комплексного вивчення, а саме – дослідити спільні та відмінні ознаки блогінгу та журналістики.

Блогер, як і журналіст, пише для людей і своєї цільової аудиторії. Хоча журналіст працює за схемою «автор – ЗМІ – аудиторія», в той час як блогер уникає посередництва ЗМІ і працює напряму з аудиторією. Володимир Гвоздєв аргументував це так: «Водночас світова громадськість, вимагаючи та відстоюючи своє право голосу, звертається до нових форм і засобів комунікації, переважно електронної, широко використовує інтернет, портативні цифрові пристрої, часто-густо висловлює своє ставлення до політичних лідерів, соціально значущих фактів, подій, явищ і процесів вже без посередництва традиційних ЗМІ. Через недовіру до останніх, внаслідок їхньої заангажованості, багато хто принципово обходиться без споживання контенту періодики, телебачення й радіо»[1].

Нерідко ми спостерігаємо, як у постах блогерів розглядаються важливі суспільно значущі теми, які також порушують і ЗМІ. В. Гвоздєв наголошує, що на відміну від фахових журналістів, яким притаманні менший суб'єктивізм і більша відповідальність (перед законом, керівництвом ЗМІ, колегами, аудиторією) за зміст інформації, блогери зазвичай не підтверджують свої судження думками експертів. По суті, вони самі позиціонують себе як експерти на власному блозі[1]. Часто для своїх постів автори беруть теми саме із ЗМІ, але для журналістів блоги теж є джерелом інформації. За словами Р. Крейга, вони менш формальні, часто вони стають місцем запеклих суперечок з найрізноманітніших тем. Блоги можуть стати добрим джерелом зразків думок з якихось питань, а також перспективних ідей»[3, 51].

Масовість притаманна як журналістиці, так і блогінгу. Хоча для останнього є винятки. За О. Кузнецовою, блоги – це не засоби масової інформації, вже тому що не здійснюють комунікації між державою і соціумом. Блоги – засоби комунікації. Масовими вони стають, коли мають більш, як тисячну аудиторію[4].

За словами Пол Бредшо, блогер може бути журналістом займаючись журналістикою[2]. Тобто відповідати стандартам та писати тексти професійно. У багатьох інтернет-видань ми не рідко зустрічаємо рубрику «Блог» (наприклад, «Українська правда», «Кореспондент», «BBC News»). Матеріали цієї рубрики чимось нагадують авторську колонку. Авторами є самі журналісти, але також і відомі люди, думка яких є авторитетною. Деякі журналісти-блогери вважають, що у редакціях ЗМІ обмежують їх демократичні свободи, а в блогах вони мають більше можливостей самовираження і, звісно, мають рацію. Однак, такі блоги популярні, якщо їх веде не просто відомий автор, а й цікавий співрозмовник, непересічна особистість з сучасним мисленням[6].

Б. Портятиник дослідив наукові позиції від категоричного заперечення приналежності блогів до сфери журналістики – до визнання їх авторськими проектами, «газетами з одним журналістом», «громадянською», «громадською» або «любительською» журналістикою. І дійшов висновку, що ми маємо чимало прикладів, коли нікому невідомі блогери ставали широкознаними журналістами, а їхні авторські проекти переходили з інформаційних маргінесів у мейнстрім [6, 21]. Про такий феномен написала і О. Шамранська про блогера, котрий став журналістом року [8].

Також блогер і журналіст несуть соціальну відповідальність перед своєю аудиторією. Тільки перший керується власними принципами, а другий – редакційним статутом та журналістськими стандартами. Б. Портятиник зазначає, що «лише невеликий сегмент мережі може претендувати на те, щоб називатися журналістикою – а саме той, у якому практикують журналістські стандарти збору інформації, перевірки, викладу, аналізу й узагальнення фактів. Дотримання чи недотримання професійних стандартів, з нашого погляду, і є тим водорозділом, який визначає належність блога чи інших нетрадиційних форм масової комунікації до журналістики» [6, 21].

ЗМІ – це соціальні інститути, що мають соціальні функції та несуть моральну й правову відповідальність за свій контент. Тому С. Рачинський згадує і юридичну сторону розмежування блогінгу і журналістики. Він вказує, що це найголовніша відмінність. Оскільки, журналіст належить до зареєстрованого державою ЗМІ. Результат його роботи – це інформаційний продукт, який підлягає продажу або іншій оплаті. Щоб отримати права журналіста, потрібно ним стати. Як мінімум, отримати роботу. І поки він належить до певного ЗМІ, його права як журналіста визначаються державою, як на робочому місці, так і поза ним. Є ціла низка законів, де права і обов'язки журналіста сформульовані та затверджені державою. Поки що немає професії – блогер, тому автор наголошує «немає ЗМІ – немає посади – немає професії – немає прав». І блогер – це громадянин України і його права – це громадянські права, гарантовані Конституцією [7].

Основна мета блогера – це показати власне бачення. На думку О. Кузнецової, більшість блогерів – не професійні журналісти, а люди різних фахів, яким хочеться поспілкуватися, висловити свою думку, що вони й роблять у своїх інтернет-щоденниках. Звісно, контент блогів-щоденників – не журналістика, це зовсім інший вид творчості, її можна назвати блогористика [4]. У журналістів же завдання полягає в тому, щоб об'єктивно донести до аудиторії новину.

Не слід нехтувати професійними навиками журналіста. У закладах вищої освіти готують майбутніх фахівців, навчають писати цікаві та інформаційні тексти, аудіо-, відеоматеріали. У кожного ЗМІ в пріоритеті мати професіоналів у штаті (приблизно половина з них мають вищу фахову журналістську освіту, друга половина – мають гуманітарну вищу освіту і вміють професійно виконувати свої обов'язки). А блогером може стати будь-яка людина, що хоче висловити свою думку. Популярність блогу залежить також від точності оцінок, чіткості думок, актуальності позицій, стилю їх викладу, що імponує читачам. Цьому журналістів навчають в інститутах та факультетах журналістики [4].

Також Пол Бредшо наголошує: «Журналістів визначає те, що вони виробляють, блогерів – технологія, яку вони використовують» [2].

Отже, блогери з журналістами мають спільні ознаки, але назвати їх однаковими фахівцями не можна. Вони працюють на аудиторію та несуть відповідальність за свої слова. Але важливо пам'ятати, що журналіст керується професійними стандартами та законами, а блогери – власними принципами та поглядами.

Список використаних джерел:

1. Гвоздев В. Блогінг як вияв і знаряддя громадської журналістики. *Вісник Львівського університету. Серія журналіст.* 2013. №38. С. 469–476.
2. Колодницька С. І все ж таки: чи блогери є журналістами? URL: https://ms.detector.media/mediaprosvita/mediaosvita/i_vse_zh_taki_chi_blogeri_e_zhurnalistami/.
3. Крейг Р. Інтернет-журналістика: робота журналіста і редактора у нових ЗМІ. Перекл. з англ. А. Іщенко. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2007. 324 с.
4. Кузнецова О. Ідентичність блога і ЗМІ. Теле- та радіожурналістика. 2013. №12. С. 117–123. URL: <https://old.journ.lnu.edu.ua/vypusk7/n12/tv12-34.pdf/>.

5. Михайлин, І. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 496 с.
6. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: навч. посіб. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
7. Рачинський С. Украинских блогеров запишут в журналисты. Зачем? URL: https://ms.detector.media/media_law/world_journalists/ukrainskikh_blogerov_zapishut_v_zhurnalisty_zachem/.
8. Шамранська О. Денис Казанський: як пройти шлях від блогера до кращого журналіста року? *Журналіст України*. 2013. №7. С. 14–17. URL: <https://nsju.org/journals/2013/07/Jurnalist-Ukr-07-13.pdf>.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Погрібна О. О.

М. В. Єгорова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ФУНКЦІОНУВАННЯ БУКТРЕЙЛЕРІВ НА УКРАЇНСЬКОМУ КНИГОВИДАВНИЧОМУ РИНКУ

Щоб зробити книгу популярною, у XXI столітті звичайного способу рекламування книги, як буклет, постер чи презентація, вже замало. Сучасний світ переживає чергову революцію в читанні, пов'язану з поширенням електронних видань та збільшенням кількості користувачів Інтернету.

Представники видавничого ринку, змушені шукати нові, ефективніші інструменти популяризації книги, просування своєї продукції, нові форми спілкування зі споживачем з метою його заохочення до читання та придбання видавничої продукції.

На сьогодні існує безліч інноваційних видавничих промоцій (продакт-плейсмент, брендування, крауд-фандинг) та каналів мережевої комунікації (універсальні та спеціалізовані соціальні мережі, інтернет-проекти, відеохостинги, блоги та мікроблоги, форуми, чати, соціальні сервіси). Проте розважливий видавець неодмінно подбає про такий сучасний спосіб просування видання як буктрейлер.

Детальний аналіз проблеми розвитку такого виду промоції як буктрейлер здійснили такі науковці: С. Патра [4], С. Воробель [1], В. Ільганаєва [3], Т. Заїченко [2], Н. Рябініна [5].

Словник-довідник В. Ільганаєвої дає наступне визначення цього терміну: «Буктрейлер – це короткий відеоролик за мотивами книги, кліп на книгу» [3]. Основне його завдання – яскраво і образно розповісти про книгу, зацікавити, заінтригувати читача, спонукати до читання. Буктрейлер повинен якомога яскравіше презентувати книгу, щоб зацікавити читача. Тому необхідною умовою для цього нового жанру медіаторчості є наявність інтриги, недомовленість. У буктрейлері мають бути розкриті найяскравіші моменти твору, але він не повинен містити спойлерів, тобто інформації про сюжет твору [3].

Існує думка, що автором буктрейлера може стати кожен. Достатньо лише комп'ютера, підключеного до Інтернету, та набору нескладних програм з монтажу і створення візуальних образів. Буктрейлери знімають як до сучасних книг, так і до тих, які стали літературною класикою. Таким чином, буктрейлер допомагає знаходити нових читачів.

Популярність буктрейлерів зросла завдяки розвитку Web 2.0: соціальних мереж, блогів, серверів відеоінформації на зразок YouTube тощо. Тож дуже швидко в розвинутих країнах такі промо-ролики стали невід'ємною частиною рекламної кампанії кожного бестселера.

На сьогодні можна виділити такі різновиди буктрейлерів: розповідні, атмосферні та концептуальні. За формою подачі матеріалу науковці класифікують буктрейлери-анонси, калейдоскопи, епізоди та тизери. Найпоширенішими видами буктрейлера є розповідний та буктрейлер-тизер. Найменш розповсюджений різновид – буктрейлер-епізод.

Основними принципами створення буктрейлера є:

1. Тривалість буктрейлера не повинна перевищувати 3 хвилини: це оптимальний час, щоб утримати увагу потенційного читача.

2. Буктрейлер може бути виконаний у будь-якій техніці: як постановочний мініфільм, у техніці анімації, слайд-шоу, з музикою, голосовим озвученням тощо.

3. Важливо дотримуватися одноманітності ілюстрацій.
4. Аудіоматеріал повинен бути якісним, без шумових ефектів і з одним рівнем гучності.
5. Шрифт у титрах повинен бути розбірливим і читабельним.
6. При використанні чужих матеріалів у своєму відео слід у фінальних титрах чи в описі під відео вказати ресурси й назви джерел, звідки завантажено матеріал, авторів і правовласників.

В Україні рух буктрейлерів з'явився порівняно нещодавно. Однак українські видавництва сміливо крокують з рекламними відеороликами до свого читача – не тільки через канали YouTube, але й через телебачення. Наприклад, відкриттям 2014 року став перший графічний роман-блокбастер «Даогопак» від видавництва «Небесний ключ», який засвітився навіть на телеекранах.

Одним із найбільших ентузіастів у створенні буктрейлерів в Україні є молоде й прогресивне видавництво «Meridian Czernowitz». Для них досвід роботи з буктрейлерами почався у 2011 році. Тоді було створено ролики на книги Юрія Андруховича «Лексикон інтимних міст» (<https://www.youtube.com/watch?v=PPLhf1oONIQ>), Оксани Забужко «З мапи книг і людей» (<https://www.youtube.com/watch?v=Yp-IU8ROjxI>), Андрія Любки «Сорок баксів плюс чайові» (<https://www.youtube.com/watch?v=BNGJFZ8Vmyo>), Наталки та Олександра Шевченко «Репатріація» (<https://www.youtube.com/watch?v=JGpGwcSrJzs>).

Також створює буктрейлери видавництво «КСД». Поки що на їхньому рахунку налічується всього 5 книготрейлерів: три з них – силами видавництва (на книжку Пауло Коельйо «Рукопис знайдений в Аккрі» (<https://www.youtube.com/watch?v=MBHywWwSfmA>), на роман Василя Шкляра «Ключ» (<https://www.youtube.com/watch?v=fEeKeq9UDOI>) та на дитячу серію «Бібліотека гарних справ» (https://www.youtube.com/watch?v=-YWjZ_Vpic4)), два – спільно з авторами (Любко Дереш «Голова Якова» (<https://www.youtube.com/watch?v=Jt85W3NIAKU>), Юрко Іздрик «Underword» (<https://www.youtube.com/watch?v=4UimPjRJzis>)).

Світовий досвід показує, що власний канал видавництва на YouTube став уже не маркетинговим ходом, а правилом хорошого тону. Більшість видавничих гігантів, таких як «Клуб Сімейного Дозвілля», «Meridian Czernowitz», «Видавництво Старого Лева», «Ранок», «Грані-Т», мають свої канали, на яких регулярно з'являються інтерв'ю з авторами, відео з презентацій і, звісно ж, самі буктрейлери.

Серед сучасних українських авторів, які активно використовують буктрейлер засобом промоції своїх видань, можна виділити Макса Кідрука («Бот», «Жорстоке небо», «Зазирни у мої сни», «Не озирайся і мовчи», «Де немає Бога»), Олександра Михеда («Астра», «33 митці у 3 актах Сари Тонтрон»), Ірен Роздобудько («Гудзик», «Якби», «Все, що я хотіла») та Юрія Андруховича («Таємниця», «Лексикон інтимних міст»). Варто наголосити на тому, що їх буктрейлери стають все популярнішими та якіснішими. Тобто, з'являється все більше буктрейлерів, які виконують свою функцію – змушують задуматися, що варто прочитати цю книгу.

Продукування буктрейлерів є сферою, що динамічно розвивається і матеріально стимулюється. Існує багато премій, якими нагороджуються автори кращих книжкових роликів. В Україні найкращі буктрейлери виявляють шляхом проведення конкурсів за участю бібліотек та Української бібліотечної асоціації. Серед них Всеукраїнський конкурс «Оживають герої на екрані», «Читаємо з Клубом Сімейного Дозвілля», конкурс ініційований Гете-Інститутом в Україні та інші різноманітні конкурси в обласних універсальних наукових бібліотеках.

Отже, зважаючи на те, що однією з головних функцій, яку сьогодні виконує буктрейлер, є рекламування книг, популярність такого способу промоції, який має на меті популяризувати читання, постійно зростає. Поширеними видами буктрейлерів є буктрейлери-анонси, калейдоскопи, епізоди та тизери. У науці виділені принципи створення буктрейлерів, дотримання яких слугує популярності цих коротких відеороликів за мотивами книг.

Користь від створення та поширення буктрейлерів очевидна. Особливої ваги вони набувають в Україні, яка досі має певні економічні проблеми та деякі складнощі в розвитку

власне вітчизняної книговидавничої справи та літератури. Буктрейлер дозволяє поліпшити імідж української книги та української літератури в очах пересічних читачів.

Список використаних джерел:

1. Воробель С. Буктрейлер як новий жанр популяризації книги / С. Воробель, Б. Кобильник // Шкільна бібліотека. – 2012. – №21. – С. 70–73.
2. Заїченко Т. Бібліотечний буктрейлер / Т. Заїченко // Вісник Книжкової палати. – 2014. – № 4. – С. 52.
3. Ільганаєва В. А. Соціальні комунікації (теорія, методологія, діяльність): словник-довідник / В. А. Ільганаєва. – Харків : АССА – 2009. – 392 с.
4. Патра С. Буктрейлер як засіб реклами книговидавничої продукції [Електронний ресурс] / С. Патра. – Львів, 2015. – Режим доступу : lib.znaimo.com.ua/docs.
5. Рябініна Н. Як продати книгу / Н. Рябініна. – Чернівці : Прут, 2003. – 405 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Завгородня Л. В.

С. Іванченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО РАДІОМОВЛЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ «RADIO ROCKS»)

Зміни, що супроводжували українське суспільство із набуттям країною незалежності, позначилися на розвитку медіа в цілому, а також ознаменували новий етап у розвитку як всеукраїнського, так і регіонального радіомовлення.

В умовах незалежності радіомовлення стало будуватися на принципово нових засадах, зросли його обсяги, воно стало багатопрограмним і демократичним за суттю, сучасним за формами і методами здійснення. Всупереч думкам скептиків щодо того, чи є майбутнє у радіо взагалі, деякі радіостанції, незважаючи складні економічні та суспільно-політичні обставини, не зупиняються у пошуку нових сфер свого розвитку. Це проявляється перш за все у вдосконаленні програмних концепцій станцій та втіленні нових форм діяльності. Серед них і радіо, яке намагається тримати риси бренду, бути об'єктивним у висвітленні інформації, використовувати новітні методи роботи з аудиторією – «RADIO ROCKS». Тому вважаємо *актуальним* вивчення досвіду успішної сучасної радіостанції, яка тривалий час є конкурентоспроможною в цій галузі.

Питанням місця та ролі радіопрограм займалися такі дослідники, як О. Богуславський [1], О. Гоян [2], В. Лизанчук [3], І. Пенчук [4] та ін.

Мета дослідження – проаналізувати структуру редакції радіостанції «RADIO ROCKS», з'ясувати основні підходи до організації її роботи, здійснити аналіз контенту мовлення.

«Radio ROKS» — українська недержавна музично-інформаційна радіостанція, що використовує для мовлення як FM-хвилі, так і інтернет-ресурс. Її продукт орієнтований здебільшого на прихильників рок-музики. В ефірі переважає музика стилів рок та хеві-метал 70–90-х років минулого століття та сучасні рок- і поп-рок-композиції.

Окрім музичних блоків в ефірі – новини, ранкове шоу [КАМТУГЕЗА] та короткі рубрики і програми. Заснована як ефірна станція в березні 1992-го року. Мовлення в Інтернеті впроваджене у середині квітня 2009.

Більшу частку ефіру радіостанції займає музика. Тільки в 2009 році в денному та вечірньому ефірі з'явився ді-джей — Сергій Зенін.

На радіостанції є декілька програм. 2010 року після запуску ранкового розважального шоу [КАМТУГЕЗА] популярність радіо зросла. Авторами і постійними ведучими шоу є Сергій Кузін і Соня Сотник. У програмі ведеться живе спілкування ведучих і слухачів, популярні рубрики «Жертва рока» та «Краш-тест».

Також в ефірі радіостанції є ще декілька авторських передач: «Рок-вікенд», — щопівгодини у вихідні транслюється пісня певного виконавця чи тематики (історія та жанри рок-музики, рок-балади різних часів, переспівки відомих рок-хітів, рок-обробки поп-шлягерів) із коментарями ведучого Руслана Півня, «Рок-цитата» — щогодини на радіо звучить цитата відомого рок-виконавця, «Рок-концерт» — кожні вихідні в суботу з 10:00 до 11:00 і з повтором у неділю з 20:00 до 21:00 в ефірі звучить концертний запис із коментарями ведучого.

Блок новин виходить в ефір щогодини. Ведучою блоку новин є Ксенія Владіна. Удень в ефірі радіостанції здебільшого звучать англійські композиції іноземних виконавців, вночі переважно більшість ефіру складають українські виконавці (у додатку № 3 ви можете побачити перелік музичних композицій за 1 випадковий день). Співвідношення зарубіжних та українських виконавців протягом цього дня становить 2 до одного. (зарубіжних удвічі більше).

З 1 вересня 2014 року ранкове шоу «Камтутеза» розпочинається трансляцією рок-версії гімну України у виконанні Нікіти Рубченка. У Facebook та Twitter серед шанувальників діють групи радіостанції, де, поміж віртуального спілкування, організуються зустрічі.

У липні 2014 року в ефірі радіостанції почала виходити рубрика «Бойовий привіт», в якій кожен охочий може передати слова підтримки та подяки бійцям в АТО. Крім того, на сайті радіостанції та соціальних мережах ведеться активний збір коштів для матеріальної підтримки українських бійців.

29 вересня 2014 року розпочато трансляцію програми «Суть подій» зі Свиридом Опанасовичем, де в гумористичній формі розкриваються актуальні події українського сьогодні.

З початку 2011 року в ротатії станції з'явилися перші пісні у спільному виконанні ведучих Сергія Кузіна та Соні Сотник. Нині виступи ведучих стали популярними і регулярними. Досить часто вони відбуваються для бійців на Сході.

Станом на серпень 2015 року мережа Радіо Рокс налічувала 24 передавачі. У зоні покриття знаходилося 87 міст України.

Зараз ефір припинений на тимчасово окупованих територіях. Центральний офіс радіо розміщений в м. Києві.

Структура редакції «RADIO ROKS» є досить розгалуженою, з чіткою системою поділу обов'язків на адміністративні, із добору та забезпечення звучання музично-інформаційного контенту та PR-діяльності. На сьогодні у складі радіоредакції працюють: директор, генеральний продюсер, програмний директор, редактор ранкового шоу, креативний менеджер, комерційний директор, музичний редактор, звукорежисер, адміністратор сайту. Ведучі ефіру закріплені за певними програмами.

Для зацікавлення аудиторії та розширення її складу на сайті та в соціальних мережах регулярно проводяться опитування, конкурси, розіграші, вікторини. Безумовно, усі ці заходи є тематичними та пропагують рок-культуру.

Для підписників сторінок у соцмережах започатковано фотоконкурси, що користуються незмінним успіхом, наприклад, «Панночка з веслом» (фото дівчат з гітарою), «Я – українець» (фото слухачів у патріотичному вбранні), «Мої друзі в рок-н-ролі» (фото друзів слухачів, які грають чи танцюють) тощо.

Каталог «gold», який складає золотий фонд формату і є найбільшим за обсягом у фонотеці «RADIO ROCKS», включає найпопулярніші рок-композиції зарубіжних виконавців 70–90-х років минулого століття, що стали вже класикою року. Саме ця частина містить необхідну кількість пісень, які представляють характерну для формату традиційну музичну базу.

Другу частину ефірної фонотеки складає каталог ротатії музичного матеріалу. Вона є меншою за обсягом пісень, але не менш важливою за каталог «gold», оскільки передбачає визначення безпосередньої реакції цільової аудиторії на становлення і розвиток формату на радіоринку. До цієї частини фонотеки відносимо сучасні українські та зарубіжні пісні, які займають верхні позиції музичних чартів.

При укладанні фонотеки працівники редакції «RADIO ROCKS» керуються принципом двобічного добору – в ефірі звучать як класичні композиції, що знайомі старшій віковій групі слухачів, так і найновіші, які займають верхні позиції сучасних музичних чартів. Це, на наш погляд, значно розширює коло аудиторії радіостанції та робить її популярною для кількох поколінь слухачів.

Отже, робота редакції «RADIO ROCKS» полягає не лише в укладанні та трансляції музичних композицій, а є різноплановою, включає значний спектр заходів із залучення та розширення аудиторії слухачів, що й створює радіостанції популярність та надає переваг перед конкурентами.

Таким чином, усупереч думкам скептиків щодо того, чи є майбутнє у радіо взагалі, деякі радіостанції, зокрема «RADIO ROCKS», незважаючи складні економічні та суспільно-політичні обставини, не зупиняються у пошуку нових сфер свого розвитку. Це проявляється перш за все у вдосконаленні програмних концепцій та втіленні нових форм діяльності.

Список використаної літератури:

1. *Богуславський О.* «Визволення» веде до «Свободи»: внесок одного радіо в незалежність України або свобода як окраєць хліба / О. Богуславський // Телевізійна та радіожурналістика. – [Електронний ресурс]. – <http://www.lnu.edu.ua/faculty/jur/vypusk7/visnyk07-23.pdf>.
2. *Гоян О.* Основи радіожурналістики і радіоменеджменту: підручник / О. Я. Гоян. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 190 с.
3. *Лизанчук В.* Основи радіожурналістики: підручник / В. В. Лизанчук. – К. : Знання, 2006. – 689 с.
4. *Пенчук І.* Моральна відповідальність журналіста за створення позитивного образу України аудіовізуальними ЗМІ. Пенчук І. Сучасне регіональне радіо: проблеми...// Вісник Запорізького державного університету: Філологічні науки. Зб. наук. ст. / Головний редактор Толок В. О. – Запоріжжя, 2002. – Вип. 1. – С. 107–110.
5. RADIO ROCKS. – Режим доступу : <http://www.radioroks.ua/>.

Науковий керівник: к. соц. ком., доцент Іванченко О. В.

Ю. В. Карпінська

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ГЕНДЕРНІ СТЕРЕОТИПИ ТА ЇХ ВІДОБРАЖЕННЯ НА СТОРІНКАХ ЖУРНАЛІВ ДЛЯ ЖІНОК

Медіасередовище надає умови для функціонування усіх видів стереотипів та здійснення дій щодо їхньої трансформації. Стереотипи тісно пов'язані з гендерними ролями, закріпленими через систему культурних норм функціональними спеціалізаціями чоловіка і жінки в суспільстві. Вагомий вплив на формування гендерних цінностей і закріплення їх у свідомості мають засоби масової комунікації. Тому саме гендерні стереотипи є одними з найпоширеніших у медіасередовищі.

Актуальність дослідження полягає у тому, що засоби масової інформації мають вагомий вплив на формування гендерних цінностей і закріплення їх у свідомості мовників.

Питанню гендерної специфіки текстів у засобах масової комунікації присвячені роботи українських дослідників: А. М. Волобуєвої, О. Ю. Маркова [4], Н. М. Сидоренко, [5] та ін.

Робота спирається на наукові гендерні розвідки, що безпосередньо торкаються функціонування, закріплення та розвитку гендерних стереотипів у суспільстві й свідомості (В. Агєєва, М. Бутиріна [1, 2], О. Фоменко, А. Окара, О. Кісь [3] та ін).

Джерельною базою дослідження стала українська журнальна періодика для жінок, зокрема журнали «Cosmopolitan», «Натали», «Единственная», «Лиза», які на нашу думку, є найпопулярнішими серед сучасних жінок.

Більшість науковців пояснюють поняття "гендерних стереотипів", як один із видів соціальних стереотипів, стандартизованих, стійких, емоційно насичених та ціннісно визначених образів, що базуються на прийнятих у суспільстві уявленнях.

Однак, гендерні стереотипи при всій їх укоріненості у фізичні відмінності чоловіка й жінки, їх різних соціальних ролей, а відтак, і різного статусу в суспільстві останнім часом зазнали значної еволюції. Колишні уявлення: чоловік – сильний та ініціативний, жінка – слабка та залежна, він – розумний, вона – красива, він – господар та глава сім'ї, вона – берегиня домашнього вогнища та вихователька дітей – відійшли в минуле.

Сьогодні суспільство рішуче засуджує гендерну дискримінацію і вона відходить у минуле, жінки з успіхом завойовують «місце під сонцем» у сфері управління, бізнесу, політиці, навіть у сім'ї відтісняють чоловіків на вторинні ролі.

Іншими словами, у нових умовах і жінки, і чоловіки опинились у ситуації, коли вже не гендерні ознаки визначають особливості їх соціалізації, утвердження в суспільному житті, а

уявлення про себе й світ та конкретні дії кожного індивіда. У цих умовах гендерна преса продовжує відігравати важливу роль, бо вона й сьогодні є медіатором позитивного та негативного в цій сфері, виносить назовні, роблячи їх надбанням масової свідомості, думки, погляди, образи й моделі поведінки, пропонує нові суспільні норми та навіть дає власні «уроки життя» своїм аудиторіям. Зазначимо при цьому, що сучасні глянцеви журнали вже не стільки визначають потреби своїх цільових аудиторій і намагаються їх задовольнити, скільки формують ці потреби, визначають спосіб життя та його стиль, ознаки «жіночності» й «чоловічності».

Гендерні стереотипи, з огляду на їх суть і період функціонування, можна поділити на традиційні, нові та актуалізовані.

Традиційні стереотипи мають давню історію вживання і транслиують вікові уявлення народу про характер і призначення чоловіка та жінки у соціумі. Вони формувалися протягом століть, закріплювалися у свідомості не одного покоління і зараз продовжують впливати на світосприйняття сучасників. До них можна віднести: жіночі концепти (Берегиня, Єва, Слабка стать) та чоловічі концепти (Сильна стать, Годувальник, Адам).

Нові з'явилися відносно недавно, під впливом мінливих умов суспільного розвитку, і спираються на сьогоденні реалії життя та нову предметність. Представлені: жіночими концептами (Барбі, Модель) та чоловічими (Супермен, Секс-символ).

Актуалізованими називаємо традиційні стереотипні найменування, синхронізовані у сучасний дискурс з урахуванням нових семантичних характеристик. Це лексичні гендерні пари: Партнер-Партнерка, Принц-Принцеса та ін.

Концептуально поняття «партнер» у журналістських текстах описує суб'єктно-об'єктні відносини між двома статями у сімейній («партнерка, спроможна дати здорового нащадка», «шукає в супутниці друга, партнерку»), сексуальній («суб'єкт, який має багато грошей, – найкращий сексуальний партнер», «одне життя – один статевий партнер», «підхожих і бажаних партнерів... для сексу значно менше, ніж партнерок») і діловій сферах («розглядаючи чоловіків як конкурентів, а не партнерів»). Це є, на нашу думку, виявом спроби формування у свідомості реципієнтів нових, більш рівних, паритетних відносин між чоловіком і жінкою.

Певна трансформація поняття про взаємозв'язані половини спостерігається й у співвідношенні висловів: Сильна стать, Слабка стать, Прекрасна стать, Протилежна стать. У них яскраво виражена опозиційність, побудова характеристик на протиставленні відповідних якостей: чи то фізичних (сила-слабкість), чи то зовнішньо-атрибутивних (прекрасна половина людства), чи то просто розрізаних (протилежна стать). «XX століття сформулювало суть тенденції статевого розвитку як Рівність в розрізненості», – зазначає психолог О. Ю. Маркова [4, С. 228].

Помітною стає чітка переорієнтація гендерних характеристик цього поняття. Журналісти наголошують на тому, що сильною статтю у наш час стають жінки: "Все ж жінки сильніші за чоловіків" («Единственная», 2016), а у чоловіків: «Триває процес фемінізації сильної статі, її представники перебирають такі жіночі риси, як чутливість, боязкість, сором'язливість» («Натали», 2014).

Сьогодні Принцями частіше визнаються закордонні чоловіки, як кращі, і такі, що підходять під атрибутику казкових love-story. Формується навіть поняття «закордонний принц»: «Мрія знайти закордонного принца й поскакати за тридев'ять земель на білому коні аж ніяк не нова – пригадайте хоча б російські народні казки. Вітчизняний наречений завжди поступався зарубіжному, відзначеному занадто високим знаком якості» («Натали», 2011).

Отже, засоби масової комунікації є тією важливою соціальною цариною, де закріплюються значущі концептуальні поняття (традиційні, нові, актуалізовані) і це стосується, зокрема, осмислення ролі й місця чоловіка та жінки у сучасному суспільстві. У ЗМІ переважають нові та актуалізовані стереотипи, у яких спостерігаємо неоднакове зображення чоловіків та жінок. У жіночих журналах підкреслюється розширення ролі жінки в суспільстві, виведення її з приватної сфери до публічної. Залежно від виваженості, вдумливості, відповідального підбору гендерних характеристик, що подаються у журналістських текстах, формуються сучасні й майбутні погляди громадян на розуміння таких понять, як «гендерна рівність», «гендерна гармонія», «гендерна чуйність» тощо.

Список використаних джерел:

1. *Бутиріна М. В.* До питання вивчення генетичних витоків стереотипів масової свідомості / М. В. Бутиріна // Електронна бібліотека Інституту журналістики. — Режим доступу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1805> (13.04.2012)
2. *Бутиріна М. В.* Стереотипи масової свідомості: особливості формування та функціонування у медіа середовищі : монографія / М. В. Бутиріна. — Дніпропетровськ : Слово, 2009. — 368 с.
3. *Кісь О.* Моделі конструювання гендерної ідентичності жінки в сучасній Україні / О. Кісь // Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n27texts/kis.htm>.
4. *Маркова О. Ю.* Гендерные измерения современного общества // Отчуждение человека в перспективе глобализации мира: Сб. статей / Под ред.: Б. В. Маркова, Ю. Н. Солонина, В. В. Парцвания. — СПб., 2001. — Вып. I. — С. 223–239.
5. *Сидоренко Н.* Гендерні ресурси українських мас медіа: ціна і якість : практ. посіб. для журналістів та працівників ЗМІ / Н. Сидоренко, М. Скорик. — Київ : К. І. С., 2004. — 76 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Завгородня Л. В.

М. В. Касрова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРИЙОМИ МОВНОЇ ГРИ В РЕКЛАМНИХ ТЕКСТАХ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ

Конкуренція і великий вибір продукції змушує маркетологів вдаватися до нових, незвичних і оригінальних способів залучення споживачів. Тепер інформативність рекламного тексту відходить на задній план, адже творці таких текстів приділяють дедалі більшу увагу емоційному наповненню реклами, активно застосовуючи прийоми графічної гри, словесної, фонетичної та ін. Саме цей факт дозволяє мовній грі посісти провідне місце у рекламних повідомленнях.

Можемо стверджувати, що саме рекламний текст є найбільш вдалою можливою платформою для реалізації мовної гри.

Термін «мовна гра» став одним з найбільш популярних в українському мовознавстві кінця ХХ – початку ХХІ століття. Багато вчених трактують його по-різному, проте ми дотримувалися визначення В. З. Саннікова, згідно з яким **мовна гра** є різновидом лінгвокреативної діяльності, пов'язаної з навмисним порушенням мовних і словесних норм, а також спотворенням мовних кліше з метою додання повідомленню більшої експресивної сили [4, с. 159].

На сьогодні розрізняють кілька різновидів мовної гри: графічна, словесна, фонетична, лексична, морфологічна, стилістична, синтаксична, орфографічна, [1; 2; 3]. Кожен вид по своєму "працює", тільки в конкретному випадку і при певних умовах. Основний показник вибору різновиду гри – це цільова аудиторія. У тексті з наявністю "мовної гри" повинні бути такі слова, які споживач зрозумів би, і вони не викликали б дискомфорту. Розглянемо два види мовної гри: словесну та лексичну.

1. Словесна гра (каламбур)

Як відомо, словесна гра має багато різновидів. Одним із найбільш розповсюджених є каламбур, що базується на багатозначності слова або омонімії. Також у мовній грі активно використовують риму і прецедентні тексти.

Багатозначність слова / омонімія. Каламбур заснований на комічному обігранні звукової подібності різних за семантикою слів або словосполучень. Він може будуватися на двох явищах: омонімії і багатозначності. Омоніми – це слова з однаковим звучанням, але різним значенням. Багатозначність – це наявність декількох значень у одного і того самого слова. Між різними значеннями простежується логічний зв'язок.

І омонімія, і багатозначність служать невичерпним джерелом словесних "трюків" у рекламі, наприклад: «*Біль горла відбирає тобі голос? Прийми «Strepils»!*». Переносне значення фразеологізму «відбирати голос» (тобто не давати говорити) поєднується із дослівним, актуалізованим у даному контексті, адже рекламуються таблетки від захворювань

горла. Реклама цього препарату має й інший слоган: «*Strepsils. Коли застуда бере за горло*». Тут сталий вираз «брати за горло» (змушувати що-небудь робити) вживається у буквальному значенні, розумінні (мається на увазі біль у горлі). «*Лютий розпродаж!*» – реклама акції в мережі магазинів «Ельдорадо», яка теж має подвійне значення, бо діяла вона в лютому. «*Незаплямована репутація*» – реклама спрею для видалення плям – зазвичай, цей вираз позначає гарну, бездоганну репутацію, але в даному випадку епітет «незаплямована» говорить про відсутність плям.

Слоган оновленого смаку «Coca-Cola» – «*Лимон вражень*» сприймається двояко. Його можна розтлумачити як новий лимонний смак і як кількість вражень від напою (сленгове «лимон» вражень – «мільйон» вражень). «*Reebok. Наші кросівки рвуться тільки вперед*» – обігрування подвійного сенсу дієслова рватися (розриватися і прагнути) є прикладом поєднання каламбуру та парадоксу.

Рима. З метою реалізації гри слів використовуються рими, що спрямовані на оптимальний рецептивний ефект адресата. Такий прийом забезпечує швидке запам'ятовування слогану, а відтак і рекламованого продукту, назви його фірми.

Приклади таких рекламних слоганів: «*Моє тісто не пливе – «Хуторок» не підведе!*» (реклама борошна торгової марки «Хуторок»), «*Є ідея? – Є ІКЕА!*» (реклама меблевої мережі «ІКЕА»), «*Соки «Rich» – життя класна річ*» (реклама соків «Rich»), «*Молоко, какао, цукор – от і вся наша наука!*» (реклама какао «Яготинське»), «*В животі ураган – приймай «Еспумізан»*» (реклама препарату «Еспумізан»).

Стосовно реклами виокремлюють такі джерела прецедентності:

1) художня література, біблійні тексти, міфологія, фольклор: «*Прийшов, побачив, купив*» (реклама акції від компанії «Nissan»).

2) фразеологізми (ідіоми, приказки, прислів'я, мовні штампи, афоризми):

– чистий фразеологізм – «*Береженого Бог береже*» (реклама страхової компанії), «*Завжди в робочій формі*» (реклама робочого одягу – замість загальноприйнятого значення «бути готовим, знаходитися у гарному стані», цей вираз використовується дослівно для розуміння виразу «робоча форма»;

– переосмислений фразеологізм – «*Rich. Життя прекрасне. Як не крути*» (реклама соків «Rich»). Сюди ж можна віднести і трансформовані фразеологізми, в яких замінене опорне слово, наприклад: «*Усі дороги ведуть у McDonald's*» (реклама закладів McDonald's), «*Готуй сани влітку, змінюй вікна взимку*» (реклама вікон від заводу Steko).

– фразеологізм, що обіграє ім'я бренду – «*Клей «Момент». Цінуй момент!*» (реклама секундного клею «Момент»), «*Volvo – Вільному Вольво!*» (реклама автомобіля Volvo).

3) фонові знання із галузі культури, науки та історії – кіно- і мультфільми, музичні твори, живопис, історичні події. Наприклад: «*Faberlic. Краса – страшна сила*» (використано фразу, яку сказала дивлячись на себе у дзеркало героїня Фаїни Раневської з фільму «Весна» (1947 р.), «*Твіх. Солодка парочка*» (алюзія до фільму «Солодка парочка» (2002 р.) режисера Мартина Гуджі).

2. Лексична гра (оказіоналізми)

Оказіоналізми – мовні одиниці, які належать до складу стилістичних неологізмів, створених для конкретних текстів, що не набули поширення в мові. Вони увиразнюють індивідуально-авторське мовлення, надають йому експресивності, емотивної забарвленості, нерідко створюються за нетрадиційними словотвірними зразками і з порушенням мовних норм. Найбільш вдалим є оказіоналізми, утворені власне від товарних знаків чи ергонімів. В межах рекламного тексту повторюється назва товару або фірми (а це сприяє кращому запам'ятовуванню).

В українській рекламі вживаються дієслівні інновації, утворені продуктивним способом словотвору – суфіксації. Наприклад: «*Повна актімелізація!*» (реклама йогуртів «Актімел»), «*Твікснімо це разом*» (реклама шоколадних батончиків «Твікс»).

Необхідно відзначити одну особливість ігрових рекламних неологізмів. Як правило, в рекламі створюється такий неологізм, який свідомо не може прижитися в мові, втративши свою ігрову функцію.

Отже, ми розглянули рекламні тексти і відібрали та проаналізували рекламні слогани, в яких мовна гра виражена найяскравіше. ми виявили прийоми мовної гри на різних рівнях мови, а саме на словотвірному та лексичному. Теоретично обґрунтовано, що кожен рівень має свої певні мовні засоби і прийоми для реалізації мовної гри, та все ж, незважаючи на це, всі проаналізовані нами рекламні тексти спрямовані на один загальний ефект – залучення уваги за допомогою гри слів, яка дозволяє досягти максимального впливу на споживача.

Список використаних джерел:

1. *Гридина Т.* Языковая игра как лингвокреативная деятельность // Язык. Система. Личность. Языковая игра как вид лингвокреативной деятельности. Формирование языковой личности в онтогенезе / Т. Гридина. – Екатеринбург : Уральский гос. пед. ун-т., 2002. – 250 с.
2. *Земская Е.* Языковая игра // Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест. / Е. Земская – М. : Наука, 2004. – 220 с.
3. *Ильясова С., Амири Л.* Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. – М. : Флинта, 2009. – 296 с.
4. *Санников В.* Русский язык в зеркале языковой игры. – М. : Наука, 2002. – 553 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Завгородня Л. В.

В. Нянько

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВИМОГИ ДО ПОВЕДІНКИ ВЕДУЧОГО В КАДРІ

У сучасних умовах засоби масової інформації, і телебачення зокрема, розвиваються надзвичайно швидко. Разом з ними удосконалюються та розвиваються працівники ЗМІ. Телебачення дозволяє не тільки дізнатися про щось, а й побачити картинку події та почути звук. Завдяки ведучим суспільство отримує інформацію. Тому робота телеведучого постійно потребує вдосконалення та опанування нових можливостей, як особистих, так і професійних. Саме в цьому вбачається актуальність теми.

Метою дослідження є розкриття особливостей поведінки ведучого перед камерою. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: окреслити роль ведучого; визначити загальні вимоги телеведучого; розглянути засоби спілкування ведучого.

Ступінь наукового опрацювання окресленої теми є досить високим. Тема поведінки ведучого в кадрі розглядається у багатьох джерелах, зокрема книгах, окремих розділах, статтях. Вдалим прикладом є посібник «Майстерність телевізійного ведучого як навчальна дисципліна та метод її викладання»[1]. Багато праць приділив темі тележурналістики В. Гоян [3; 4]. Крім того, питання ролі телеведучих обговорюється в блогах чи на сторінках соціальних мереж відомих ведучих: Анни Панової, Лідії Таран і багатьох інших, а також в інтерв'ю чи у відео-уроках досвідчених зірок телебачення: Алли Мазур, Олега Панюти та інших. Однак, дослідження джерел показало потребу в консолідації вимог до ведучого й осучасненню поняття ролі телеведучого.

Ведучий є обличчям певного телевізійного каналу, безпосереднім організатором конкретної програми. Звичайно, ведучий є частиною загальної ефірної команди, але саме на ньому сходяться погляди і думки глядачів, і тому йому необхідно бути передбачливим, найпідготовленішим, найрозумнішим і найстійкішим психологічно серед усіх творців програми [1]. Учені, аналізуючи різні аспекти професійної діяльності ведучого, наголошують на особливості цієї професії. Вона полягає в поєднанні елементів творчості й виробництва, творчості й технології [3; 319].

За весь час існування телебачення вже сформувалися певні вимоги до ведучого. Розглянемо ці правила.

Перше, і головне, в роботі ведучого, що виражає його дії під час обробки й передачі інформації – це переконання. Процес комунікації багато в чому визначається тим, як журналіст розуміє свою соціальну роль, у чому бачить своє завдання і якими принципами керується у своїй професійній діяльності. Успішність діяльності творчого працівника телебачення

залежить також від ступеня його компетентності в питаннях, висвітленням яких він займається. Звідси впливають суттєві вимоги до телеведучого – широка загальна культура, різностороння освіченість і володіння навичками і вмінням швидко орієнтуватись у питаннях, які раніше не були йому знайомі [1].

Для того, щоб телевізійний виступ був дієвим, не достатньо добре знати свій предмет і мати, що сказати аудиторії. Необхідно ще й вміння донести цей зміст за допомогою специфічних засобів телебачення, тобто володіти професійною майстерністю [5; 70–84].

Специфіка професії ведучого дає можливість тележурналістові сповна використовувати персоніфікований метод, що позначається на якісному інформуванні й продуктивності комунікативного процесу. Саме завдяки персоніфікації налагоджується віртуальний діалогічний контакт між глядачем і екранною особистістю [6; 284].

Професійна діяльність ведучого телевізійної програми пов'язана, насамперед, з екранною творчістю. Тут ураховується володіння усною мовою, навиків роботи з текстом, здатності комунікувати, також береться до уваги й телегенічність, вміння триматися перед камерою в прямому ефірі тощо. Під час роботи на телебаченні важливими є і професійні, й особистісні чинники, які журналіст розвиває і вдосконалює [4].

Здатність ведучого викликати до себе і, відповідно, до свого повідомлення довіру аудиторії є дуже важливим моментом. Тут спрацьовує так званий «кредит довіри» аудиторії до людей своєї соціальної групи [2; 156].

До того ж ефір для телеведучого – завжди певний стрес. З досвідом, звичайно, людина пристосовується, але прямий ефір і навіть запис програми завжди непрогнозовані. І саме під час технічних накладок, неочікуваних моментів власної чи сторонньої поведінки ведучий повинен не розгубитися. Важливо те, що під час непрогнозованого розвитку подій, коли нервово навантаження значно збільшується, будь-які елементи невідповідності телеведучого підсвідомо автоматично реалізуються і стають наочними.

Ведучий повинен контролювати кілька потоків інформації: власне мовлення, графічні символи (текст), слухові подразники (командирежисера), існувати у просторі ефіру і хронометражі послідовних включень.

Спілкування ведучого підтримується певними засобами. Свої почуття, думки екранна постать здатна виражати й закріплювати в словах і жестах, створюючи певний комунікативний простір, у якому об'єднуються, співіснують її внутрішній і зовнішній світи. Такими засобами є вербальні (словесні) і невербальні засоби (міміка, пантоміміка, виражальні рухи тіла).

Мова невербального спілкування є мовою жестів, міміки, пантоміміки, тобто мовою тіла, що виражає почуття, емоції людини. Виразальні рухи тіла та інтерпретація невербальної поведінки залежать від особистісних якостей ведучого та аудиторії, а також від ситуації спілкування, комунікативних завдань й установок.

Велике значення має розпізнавання психологічного стану людини на основі «мови тіла». Трапляється, що повідомлення сприймається глядачем неправильно, оскільки воно супроводжується «суперечними» рухами, позами. Адже вони – як слова в мові, їхня точність, відповідність тому, що ми хочемо виразити.

Спілкування вербальними засобами є не що інше, як використання живого слова в передачі інформації. Лише людині притаманно вербалізувати власні почуття, емоції, поведінку через слово. Мова є явищем не тільки лінгвістичним, а й психологічним, естетичним і суспільним.

Автори посібника «Майстерність телевізійного ведучого як навчальна дисципліна та метод її викладання» виокремлюють різні види мови: внутрішня, зовнішня, монологічна, літературна. Важливе значення для процесу комунікації має акустична система мови, до якої зараховують якість голосу (тембр, висоту, тональність, голосність), інтонації, темп мови, фразові і логічні наголоси [1].

Отже, ведучий – це творча людина, професіонал, який досконало володіє голосом, манерою поведінки. Це універсал, який може самостійно вирішувати поставлені завдання. Це відповідальний працівник, завжди переконливий і логічний як у відборі та осмисленні фактів, так і в мовних засобах.

Список використаних джерел:

1. Майстерність телевізійного ведучого як навчальна дисципліна та метод її викладання / О. В. Безручкота ін.; URL: https://pidruchniki.com/91330/zhurnalistika/maysternist_televizijnogo_veduchogo_yak_navchalna_distsiplina_ta_metodika_yiyi_vikladannya.
2. Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио и телевидения. Москва: Высшая школа, 1991. 156 с.
3. Гоян В. В. Журналістська творчість на телебаченні: монографія. Київ: ун-т ім. Т. Шевченка, Інститут журналістики, 2011. 319 с.
4. Гоян В. В. Телерепортер як професія: творчо-виробничі аспекти сучасної репортажної тележурналістики. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=294>.
5. Маргалик В. С. Імідж ведучого телевізійної програми, його відповідність жанрові й тематиці. Наукові записки Інституту журналістики, 2003. Т.11.С. 70–84.
6. Прилюк Д. М. Теорія і практика журналістської творчості: проблеми майстерності. Київ: Промінь, 1973. 284с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Погрібна О. О.

Ю. О. Сідельнікова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КНИГОТОРГОВЕЛЬНА МЕРЕЖА «Є» В СИСТЕМІ КНИГОРОЗПОВСЮДЖЕННЯ УКРАЇНИ

Саме книжкова торгівля є особливою з точки зору підтримання взаємозв'язку між книгою та її потенційним читачем: вона не лише доводить до кінцевого споживача унікальний товар, а й впливає на його виробництво і споживання, опосередковано формуючи читацькі зацікавлення, пропагує книгу та читання.

Проблеми діяльності книготорговельних підприємств розглядаються в працях О. Афанасенко [1], Г. Грет [2]. Аналіз літературних джерел показав, що проблема книготорговельного розповсюдження потребує додаткового вивчення. Дослідження всіх аспектів, пов'язаних з механізмом діяльності книготорговельних підприємств, а також шляхів покращення задоволення потреб споживачів книжкової продукції, є надзвичайно актуальним.

Метою нашого дослідження є розкриття особливостей організації роздрібною торгівлі книгами в Україні на прикладі діяльності книготорговельної мережі «Є». Саме з цією мережею співпрацюють майже усі українські видавництва.

Сучасна книжкова торгівля України включає традиційні книгарні (універсальні і спеціалізовані) та книгарні-кафе, кіоски різних систем та закладів освіти, книгарні видавництв, супермаркети книготорговельних мереж, відділи книг в непрофільних супермаркетах, Internet-книгарні, книжкові бази [2].

Системними книготорговельними мережами є книжкові мережі, які в останні роки набули значної популярності.

Книготорговельна мережа — це сукупність торговельних підприємств з доведення книжкової продукції до споживача, які перебувають під спільним керівництвом, мають однакову систему. Переваги мережевої торгівлі книгами полягають у можливості зміни асортименту товару з урахуванням вподобань споживачів, здатності поєднувати функції оптової та роздрібною торгівлі, зниженні витрат на одиницю товару за рахунок закупівель великих партій продукції, економії коштів на рекламі.

Серед системних книготорговельних мереж книгарень «Є» вирізняються тим, що вони не лише формують асортимент книжкової продукції та пропонують його читачам, але і втілюють ідею культурно-інформаційної ролі книгарні, що стає епіцентром культурної комунікації суспільства.

Книгарня «Є» — це мережа книгарень, магазини якої розташовані не тільки у Києві, а і у Львові, Харкові, Івано-Франківську, Вінниці, Тернополі, Володимирі-Волинському. Першу книгарню мережі відкрито 21 грудня 2007 року в м. Києві (вул. Лисенка, 3). Менш ніж за рік книгарня набула репутації магазину з найбільшим вибором українських книг та книг

іноземними мовами, комфортним сервісом (зони для читання, Wi-Fi™), відділом дитячої літератури, відділом дисків (музика, фільми, ігри, аудіокниги). Привертають увагу покупців полиці для буккросингу, періодичні культурні заходи (презентації книжок, круглі столи, зустрічі з письменниками) [3].

Зараз мережа магазинів книгарні «Є» налічує 32 магазини, з них 12 — у Києві, 5 — у Львові та Львівській області, по 2 — у Харкові, Тернополі та Івано-Франківську, по 1 — у Луцьку, Рівному, Володимир-Волинському, Вінниці, Дніпрі, Сумах, Хмельницькому, Запоріжжі, Слов'янську. Мережа книгарень «Є» має певний концепт, чітко визначену позицію. Вона унікальна: суттєвою її відмінністю від інших книжкових мереж є те, що вона пропагує власний, український продукт.

Мережа книгарень «Є» намагається забезпечити великий вибір не лише українських, а й зарубіжних книг оригінальними мовами. У книгарні представлені зарубіжна та українська класика, книги сучасних українських та іноземних авторів, нон-фікшн, біографії, мемуари, найбільший вибір літератури англійською, широкий вибір книг у історичному відділі та книжок з особистісного зростання. Зараз видавці активно займаються купуванням прав і перекладанням текстів. Книгарня «Є» співпрацює з абсолютно всіма українськими видавництвами (як з ключовими, так і з маленькими місцевими) — до 500 назв [5].

Від дня заснування книгарню «Є» позиціонували не тільки як місце для купівлі книжок, а як культурний центр, де ведуться діалоги на культурну, соціальну, суспільно-політичну тематику. Продаж і популяризацію українських книжок книгарня сприймає як свою місію, іноді навіть усупереч комерційній вигоді, адже засновники мережі переконані, що покликані проговорювати суспільно важливі речі, формулювати меседжі.

У книгарнях «Є» проходять презентації книжок і зустрічі з письменниками (Владислав Івченко, Христя Венгринюк та Любка Дереш, Антін Мухарський), літературні читання, лекції іноземних та українських провідних інтелектуалів, дипломатів, експертів та публічних діячів, (фахівець з міжнародного тероризму Фарад Хосрохавар, філософ та публіцист Вахтанг Кебуладзе, історик Віталій Михайлівський, фізик Олег Фея, перекладачка Ірина Словінська, французький журналіст Ів Аньєсю, психолог роман Кушнір), круглі столи та дискусії, читання, майстер-класи та розваги для дітей, кіноперегляди та музичні заходи, прес-конференції. Популярність поціновувачів книги завоювали такі проекти книгарень «Є»: «ЛітСвіт» — діалоги з перекладачами й літературознавцями про літератури певних країн світу, «Апокаліпсис міста» — розмови з інтелектуалами різних країн про феномен постсоціалістичних міст та зміни в них, підлітковий читацький клуб «Коло книжки» (спільно з Центром дослідження літератури для дітей та юнацтва й організацією «Пласт»), «Мандри» — зустрічі з мандрівниками, які дають корисні поради тим, хто збирається у подорож, «Діалоги про» — розмови з відомими людьми, які висвітлюють актуальні теми культурного, історичного і соціального характеру [4].

Серед заходів є зустрічі з іноземними авторами, яких привозять Гете-інститут в Україні та Польський інститут у Києві (творчі зустрічі з письменниками Іриною Даневською, Юрієм Камаєвим та Сергієм Синюком, презентація роману Богдана Коломійчука «Моцарт із Лемберга», лекції французького соціолога Мішеля В'єйорки «Чи спроможні ми полишити насильство»).

У книгарні «Є» відбуваються заходи для дітей (татусячі читання, квести для читайликів, воркшопи, скайп-презентації). Гратися з малюками запрошують відомих та цікавих людей. Це Росава, Рима Зюбіна, Василь Вірастюк, Ірена Карпа, Наталка Малетич, Юлія Ілюха. Також працівники книгарні разом з дітьми влаштовують перегляд мультфільмів, малюють, ліплять. «Я вважаю, що такі проекти — дуже важливі, — вважає директор мережі «Є» Катерина Федоренко. — До читання дітей треба долучати змалку — потім це зацікавлення зберігається» [3]. У кригарні «Є» широкий асортимент дитячих книжок. Це книжки видавництв «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», «Махаон», «Видавництва Старого Лева», «Богдан», «Перо», «Школа», «Ранок», «Смолоскип» тощо.

Величезна частина книжкового ринку поступово переходить в Інтернет. Книгарня «Є» має власний Інтернет-магазин, що набагато спрощує продаж та розповсюдження книг і сприяє

поширенню інформації про них. Сайт книгарні «Є» наповнено усіма видами книг, каталог товарів яких містить такі рубрики: «Дитяча література», «Художня література», «Нехудожня література», «Література іноземними мовами», «Довідникова література», «Карти, атласи, путівники», «Альбоми», «Періодичні видання». На сайті також можна знайти інформацію про проекти, новини, календар подій, програму лояльності, доставку і оплату товарів.

Отже, мережа книгарень «Є» — це сучасний книготорговельний партнер видавництва, що має певний концепт, чітко визначену позицію. Магазины «Є» представлені у найбільших населених пунктах України. Значна частина книжкової продукції реалізується через Інтернет-магазини. У книгарнях мережі «Є» реалізується дитяча література, художня, нехудожня, література іноземними мовами. Ця мережа просуває власний, український продукт. Така позиція відповідає очікуванням суспільства, адже, як засвідчують соціологічні дослідження, більшість українців надає перевагу україномовній книжці.

Список використаних джерел:

1. Афанасенко О. М. Інформаційні можливості книжкового ринку України / О. М. Афанасенко // Вісник Книжкової палати. — 2003. — № 7. — С. 8–10.
2. Грет Г. П. Книгорозповсюдження в структурі книжкової справи України [Електронний ресурс] / Г. Грет. — Режим доступу : http://library.lnu.edu.ua/bibl/Vudanna_WEB_pdf/2012_Vupysk_VII/105-116.pdf.
3. Любка А. «Є» книгарня. Є 20 книгарень / [Електронний ресурс] / А. Любка. — Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/blog/kultura/ye-knygarnya-ye-20-knygaren>.
4. Інтернет-магазин книгарня «Є» / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: www.book-ye.com.ua/shop.
5. Книгарня «Є» / [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kiev.shary.ua/knigarnya-ie>

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Завгородня Л. В.

А. Т. Тиха

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ЗНІМАННЯ ВІДЕО ДЛЯ СОЦІАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ INSTAGRAM

Користувачі соціальних мереж все частіше знімають відеоконтент для просування свого бренду в соціальних мережах. Трендом останніх років став мультимедійний контент: відео є популярнішим, ніж текст. 83% користувачів сказали, що хотіли б створювати більше відеоконтенту, якби у них були такі можливості (час і ресурси). Дослідницька компанія TNS спільно з ініціативою «Чисте небо» з'ясували, що 87% респондентів дивляться в інтернеті художні фільми, серіали, телевізійні шоу. Нині найбільш популярними є відеоресурси YouTube (65%) та сайти телеканалів (41%). Дослідники прогнозують, що відеоконтент складатиме 84% інтернет-трафіку у 2019 році [1].

Актуальність теми зумовлена популяризацією відеоконтенту, що займає все більш високі позиції в соцмережі Instagram. Знімання відео огляду чи вайнів — досить швидкий, простий, але цікавий процес, саме тому їхня кількість зростає щодня в геометричній прогресії.

Метою нашої роботи є розкриття особливостей знімання відео в соціальній мережі Instagram. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: дослідити головні особливості відео в соціальних мережах; проаналізувати алгоритми охоплення відеоконтенту в Instagram; розглянути правила знімання відео та його монтажу; простудіювати найпопулярніші способи знімання відео в Instagram.

Науковій літературі про особливості знімання відео в Instagram небагато, тому що ця тема модерна і не повністю вивчена. Особливості знімання відео в соціальній мережі досліджують такі блогери (за сумісництвом підприємці, бізнесмени, письменники, коміки): Т. Пренткович [9], М. Бараєва [8], А. Френдій [4], Н. Литвин [5], Л. Нова [7].

Дедалі популярнішими стають онлайн-трансляції в соцмережах. Йдеться саме про «живий» стримінг у реальному часі, без виправлень і монтажу. Так, за даними компанії SocialMediaToday 85% користувачів «Фейсбуку» віддають перевагу стрімам, а не звичним телевізійним трансляціям.

Згідно зі статистикою, практично кожен другий інтернет-користувач дивиться відеоогляд на товар, який хоче придбати. Як правило, ролики викликають більше довіри, аніж текст. Варто також зазначити, що все більше користувачів приваблює онлайн-навчання. 50 % тих, хто приходить на YouTube, шукають нові знання. Спеціалісти стверджують, що до кінця року їх буде вже орієнтовно 60% [1].

Автори сайту «Na Chasi» при зніманні відео на початку радять скласти сценарій та обміркувати основні моменти розповіді заздалегідь. Емоційна складова та вдало побудована історія – це головна складова успішного відео. Згідно із даними дослідження, опублікованого у HarvardBusinessReview, існує зв'язок між виділенням гормону окситоцину та переглядом картинки, яку в цей час ми бачимо. Коли наш мозок синтезує окситоцин, людистають більш відкритими, щедрими, починають більше довіряти спікерів чи співрозмовників, готові співпереживати та долучатися до участі. Вміння стимулювати виділення окситоцину в організмі – запорука успіху не лише для спікерів чи політиків, але й для брендів. Аби історія була логічною та емоційно «прив'язувала» глядача до побаченого, відеографу потрібно продумати послідовність того, про що говоритиме в ролику: зав'язку, основну лінію та розв'язку сюжету [6].

Автори сайту «CreativeSMM» пояснюють, що також треба зафіксувати камеру: варто придбати трипод чи хоча би найпростіший штатив для телефону, який дозволить зафіксувати смартфон чи портативну відеокамеру. Можливість не знімати контент «з рук» вже надасть відеокартинці професійного вигляду. В якості ймовірних варіантів для відеоблогерів можна спробувати 3C SmartOctopus чи інші триподи і портативні штативи для смартфонів; а також подбати про зовнішній мікрофон: якщо у відеоролику передбачено монолог, діалог, запис зовнішніх звуків музики, тварин тощо, то варто подбати не лише про якісну картинку, але й про відповідний звуковий супровід. Вбудовані мікрофони у смартфонах та більшості фотоапаратів все ще далекі від ідеалу. Тож науковці радять скористатися зовнішнім пристроєм для запису звуку, особливо якщо цей звук – важлива частина подій, що відбуваються у кадрі [2].

Автори сайту «Detectormedia» застерігають не користуватися цифровим зумом, адже він сильно «розмиває» картинку при перегляді відеороликів на екранах із HD- чи 4K-якістю. Тому, на думку відеографів, краще стати поближче до об'єкта знімання, аніж «наближатися» до нього за допомогою цифрового зуму. Також варто подбати про зовнішні джерела освітлення, такі як LED-лампи, накамерне світло для смартфонів чи відеокамер (для мобільного знімання за межами приміщень), штативи із розсіювачами та рефлекторами (якщо ви знімаєте, наприклад, у студії) [3].

В Instagram 2018 року впровадили новий функціонал – IGTV. Це платформа, на якій можна розміщувати відеоматеріали тривалістю до однієї години. Варто зазначити, що останнім часом спостерігається зниження цікавості користувачів до IGTV. Але науковці прогнозують, що у 2019 році ситуація кардинально зміниться. IGTV підтримує поки тільки MP4. Звичайні пости і «сторіз» підтримують всі мобільні формати: 3G2, 3GP, 3GPP, MOV. Після обробки у відеоредакторах або конвертерах можна завантажити AVI, WMV, MKV, GIF. Соцмережа рекомендує MP4 або MOV, а також підтримує відеоролики з квадратною, горизонтальною та вертикальною орієнтацією [1].

Кодеки стискають відеоролик, і це безпосередньо впливає на якість. Соцмережа автоматично погіршує картинку, і знімання на професійну камеру можуть не принести потрібного ефекту. Більшість кодеків, які існують на сьогодні, ігноруються, єдиний підтримуваний – H.264. Це найпоширеніший варіант, який читається на всіх телефонах. Для аудіоматеріалів оптимальний варіант – 128 кбіт/с. Користувачі для оформлення відеоролика додають музику, причому часто це популярні композиції відомих людей. Соціальна мережа в правилах спільноти і на діях постійно доводить, що стежить за порушенням авторських прав. Такі матеріали видаляються, а в повідомленнях з'являються подробиці. На свій розсуд контент можна відновити: для цього потрібно вказати, що користувач має право на цю композицію і усвідомлює наслідки незаконного використання. Згодом публікація повертається назад до передплатників [4].

Автори сайту «Semantica» просять звернути увагу на те, що є ймовірність отримати бан. Додавати аудіо бажано без авторських прав. На просторах інтернету є сайти і пабліки в соціальних мережах, які активно відстежують безкоштовну музику для комерційного використання. Для «сторіз» соцмережа реалізує спеціальний відділ з музикою, яку можна завантажувати в свій контент легально. Ще один параметр в ролик – частота кадру. Вона не повинна перевищувати 30 кадрів/с. Максимальний розмір вертикального відео для IGTV Інстаграм: 650 МБ – до 10 хвилин; 3,5 ГБ – до 60 хвилин.

Автори сайту «Detectormedia» розповідають про вирішення основних проблем, які виникають у користувачів Instagram:

– Якщо ролик не завантажується і з'являється зелений екран, то потрібно очистити кеш і спробувати запуснути його заново.

– Якщо не працює перемотування, це означає, що Instagram не підтримує таку функцію, тому матеріал доведеться дивитися послідовно.

– Якщо «гальмує» ролик або не чути зовсім, то швидше за все, особа користується застарілою версією програми. Як вирішення: оновлення її в GooglePlay або AppStore.

– Якщо не записується відеоролик навіть в новій версії Instagram, то треба оновити операційну систему для вирішення проблеми. Більшість пристроїв підтримують цю функцію[3].

Отже, створення відеоконтенту передбачає дотримання декількох правил: подавати тільки найцікавішу інформацію у відео без нудних формулювань, скорочувати і спрощувати; додавати гостроти, гумору, іронії; використовувати динамічні мелодії; створювати відео тривалістю від 50 секунд до 1,5 хвилини; дотримуватися технічних правил: зафіксувати камеру, подбати про мікрофон; оптимізувати відео для пошукових систем (заголовки, опис, метадані); аналізувати свою роботу: хто дивиться, скільки, коли та чому – та проводити роботу над помилками.

Список використаної літератури:

1. Бізнес майстерня. URL: <https://www.bizmaster.xyz/>.
2. CreativeSMM. URL: <https://www.trn.ua/companies/10672/>.
3. Detectormedia. URL: <https://detector.media/>.
4. Frenidy Cooperation. URL: https://instagram.com/frenidy_cooperation?utm_source=ig_profile_share&igshid=s1me6x1jcq1h.
5. Lytvyn Cooperation. URL: https://instagram.com/lytvyn.cooperation?utm_source=ig_profile_share&igshid=18t3te3osvoir.
6. Na Chasi. URL: <https://nachasi.com/>.
7. Newu project. URL: https://instagram.com/newu_project?utm_source=ig_profile_share&igshid=hrrxfw2hfbuc.
8. One: one agency. URL: https://instagram.com/oneone_agency?utm_source=ig_profile_share&igshid=jcp5a6jwu67a.
9. Prentkovych agency. URL: https://instagram.com/prentkovych_agency?utm_source=ig_profile_share&igshid=11s1hzh15xpw.
10. Semantica. URL: <https://semantica.in/>.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Погрібна О. О.

**АНГЛІЙСЬКА ФІЛОЛОГІЯ
ТА МЕТОДИКА
НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ
МОВИ**

ОБРАЗ ПРОСТОРУ ХУДОЖНЬОГО ТЕКСТУ

Художній текст є завершеною з точки зору його творця, але в смисловому й інтенціональному плані відкриту для множинних інтерпретацій лінійну послідовність мовних знаків, котрі виражаються графічним (письмовим) або звуковим (усним) способом, семантико-смислова взаємодія яких створює певну композиційну єдність, підтримувану лексико-граматичними відношеннями між окремими елементами структури, яка виникла таким чином. [9, 17].

Художній текст створюється заради того, щоб об'єктивувати думку автора, втілити його творчий задум, передати знання та уявлення про людину і світ, винести ці уявлення за межі авторської свідомості і зробити їх надбанням інших людей.

Художній текст має зміст і форму. Зміст відбиває ідейний задум автора, його концепцію буття, розуміння ним сутності явищ дійсності, його ставлення до зображуваних подій. Форма – це втілення змісту за допомогою слова. Вона відбиває структурну організацію художнього тексту [9, 43, 50]. Художній текст впливає на емоційний стан читача – звідси його експресивність і емоційність.

Загальними ознаками художнього тексту вважають: образність, поетичність, естетику мовлення, експресію як інтенсивність вираження; зображувальність, спрямування на особистість читача через призму інтелекту і світовідчуття авторської особистості; уживання метафор, парафраз; значну кількість епітетів, оксиморонів; наявність емоційно-експресивної лексики; синонімію; антонімію; паронімію; використання історизмів, архаїзмів, діалектизмів, фразеологізмів, омонімів; уживання всіх типів речень, стилістичних фігур, порівнянь, ампліфікацій, риторичних запитань, гіпербол, літот, антитез, парцеляцій [3, 34].

Як стверджує І.Р. Гальперін, художній текст виконує функцію естетичного впливу на реципієнта опосередковано, викликаючи зорові, слухові, смакові образи [4, 18].

Тож представлена мовними засобами система образів є важливим складником семантики художніх текстів. Вона сприяє формуванню загального змісту тексту як єдиного цілого.

Літературно-художній образ – це естетична категорія, яка характеризує особливий, притаманний тільки мистецтву спосіб створення уявного світу. Він є конкретно-чуттєвою формою відтворення і перетворення дійсності, яка передає реальність і водночас створює новий вигаданий світ, який сприймається нами як такий, що існує насправді [2, 25].

Художній образ має такі особливості: конкретність, узагальненість, умовність, цілісність, емоційність [8, 198].

Вид художнього образу залежить від особливостей літературного жанру: в епосі надають перевагу зображальному чиннику, в ліриці – виражальному. Образ може поставати як персонаж, ліричний герой, емоція, символ, алегорія, стилістична фігура тощо – в залежності від рівня сприйняття художнього образу, від точки зору, з відстані якої сприймає художній світ читач [1, 22-23].

За характером узагальненості художні образи поділяють на індивідуальні, характерні, типові, образи-мотиви, топоси і архетипи.

З-поміж образів художнього тексту важливе місце посідає образ простору (топофон), який виконує в тексті жанроутворювальну функцію.

На думку І.В. Роднянської художній простір забезпечує цілісне сприйняття художньої дійсності й організує композицію твору». Простір (поряд із часом) є основним компонентом художньої картини світу, а такі просторові орієнтири, як будинок, поріг, вікно, двері та ін., на її думку, глибоко символічні і «здавна є точкою докладання осмислювальних сил у літературно-художніх (і ширше – культурних) моделях світу [6, 488-489].

Простір у літературному творі складається з двох рівнів: поверхневого і глибинного. Поверхневий – це та реальність, у якій розгортається зображувана письменником подія

(планета, будинок, сад). На глибинному рівні відбувається переосмислення звичайних «предметів» (зі значенням просторовості) навколишньої дійсності в зв'язку з «цінностями картини світу», тобто реалізуються просторові образи-символи [7, 14].

Художній простір використовується в двох основних функціях: на «макрорівні» (географічному рівні) – як засіб осмислення глобальних історичних подій, суб'єктом яких є не окремі люди або політичні сили, а все суспільство в цілому, і на «мікрорівні» (рівні пейзажу і інтер'єру) – як форма авторського вердикту по відношенню до описуваних характерів і подій, як спосіб власної незримої присутності і тим самим реалізації художньої єдності тексту.

Список використаної літератури:

1. Біла А. Основи літературознавства / А. Біла, Б. Бадрак. – Донецьк : Юго-Восток, 2010. – 153 с.
2. Введение в литературоведение. Основы теории литературы : учебник для бакалавров / А. С. Козлов, Н. П. Кубарева, М. Н. Сербул, В. П. Мещеряков ; отв. ред. В. П. Мещеряков. – 3-е изд. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 422 с.
3. Галич О.Б. Функціонально-типологічні аспекти текстоцентричної парадигми в лінгвістиці / О. Б. Галич // Науковий вісник кафедри ЮНЕСКО Київського національного лінгвістичного університету. Філологія, педагогіка, психологія. – 2014. – Вип. 29. – С. 27-35.
4. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. Монография / И.Р. Гальперин. – М. : Наука, 1981. – 140 с.
5. Ніколіна, Н.А. Філологічний аналіз тексту / Н.А. Ніколіна. – М. : Флінта: Наука, 2007. – 422 с.
6. Роднянская, И.В. Художественное время и художественное пространство / И.В. Роднянская // Литературный энциклопедический словарь – М. : Советская энциклопедия, 1987. – С. 487–489.
7. Темирболат А.Б. Проблема хронотопа в современной прозе : учебное пособие / А.Б. Темирболат. – Алматы: Казак университеті, 2003. – 199 с.
8. Ференц Н.С. Основи літературознавства: підручник / Н.С. Ференц. – К. : Знання, 2011. – 431 с.
9. Фесенко Э.Я. Теория литературы: учебное пособие для вузов / Э.Я. Фесенко. – Изд.3-е, доп. и испр. – М. : Академический Проект; Фонд «Мир», 2008. – 784 с.
10. Чернявская В. Е. Лингвистика текста : поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность : уч. пособие. – М. : ЛИБРОКОМ, 2009. – 248 с.

Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к.ф.н., доцент Павкін Д.М.

С. В. Босик

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЛІНГВОКУЛЬТУРОЛОГІЯ ЯК ФІЛОСОФІЯ МОВИ І КУЛЬТУРИ

Усе мовознавство пронизане культурно-історичним змістом, оскільки його предметом є мова, яка є основою і продуктом культури. Видатні філософи ХХ ст. П. А. Флоренський, Л. Вітгенштейн, та інші відводили чільне місце у своїх концепціях саме мові. М. Хайдеггер вважав мову первинним «домом буття» людини, оскільки мова не лише відображає, а і створює ту реальність, у якій живе людина [11, с. 460]. В результаті інтеракції мови і культури формується особливий лінгвокультурний рівень.

До актуальних напрямів дослідження цього рівня належить зокрема лінгвокультурологічний аналіз творів, які описують Японію та особливості життя Далекого Сходу. Проблему дослідження складають особливості бачення Країни Сонця, Яке Сходить, різними письменниками. Ми збираємося порівняти стиль та манеру опису реалій Японії письменниками, які перебувають у різних середовищах. Нас цікавить різниця у баченні країни митцями, котрі є уродженцями Японії, та іноземцями, а саме Харукі Мураками та Лафкадіо Хірном.

Термін «лінгвокультурологія» з'явився в останнє десятиліття у зв'язку з доробком фразеологічної школи, яку очолювала В. Н. Телія. Лінгвокультурологія визначається дослідницею як лінгвістична галузь, яка досліджує прояви народної культури, що відбилися і закріпилися в мові [10, с.288]. Це філологічна дисципліна синтезуючого типу, яка розглядає мову як утілення культури.

Таким чином, кінець ХХ ст. позначений виникненням лінгвокультурології на лінії зіткнення мовознавства і культурології. На початку ХХІ ст. формуються лінгвокультурологічні школи. Відомі дослідники Н. Д. Арутюнова [1, с. 409], Є. М. Верещагин [2, с.94], В. В. Воробйов [3, с. 240], В.І. Карасик [5, с. 77-91], В. Н. Телія [10, с.79-87] присвячували свої дослідження розробці загальнотеоретичних питань зв'язку мови та культури, взаємовідносин свідомості, спілкування, цінностей, мови. Формується поняттєво-термінологічний апарат нового лінгвістичного напрямку дослідження. Питання про дисципліну, яка б могла надати цілісне уявлення про зв'язки мови і культури, вирішується по-різному. Дослідники вважають, що проблему «мова і культура» можна віднести до компетенції філології (Є. Д. Поліванов), етнолінгвістики (О. С. Герд), етнолінгвістики і лінгвофольклористики як її складової частини (М. І. Толстой), лінгвокультурознавства (Ю. В. Рождественський). Деякі вчені пропонують розмежувати напрями у науці, яка вивчає зв'язок і взаємодію мови і культури. Так, Я. Анушкевич розрізняє культурну лінгвістику, антропологічну лінгвістику (етнолінгвістику) і лінгвістичну антропологію. В. М. Телія визначає три напрями – етнолінгвістичний, лінгвокультурологічний і контрастивний. В. В. Красних [5, с. 270] займається проблематикою розмежування двох дисциплін: лінгвокультурології та етнопсихолінгвістики [4, с. 411 – 417]. Лінгвокультурологічні дослідження активно проводяться такими зарубіжними вченими, як А. Вежбицька [13, р. 68-87.], R.M. Keesing [14, р. 3-23.] тощо.

Суть науки та її завдання визначаються В. Масловою таким чином: «Лінгвокультурологія – це наука, яка виникла на перетині лінгвістики та культурології, і яка досліджує вияви культури народу, відображені та закріплені у мові» [8, с. 8]; «Завдання лінгвокультурології – експлікувати культурну значущість мовної одиниці (тобто «культурні знання») на основі зіставлення прототипної ситуації фразеологізму чи іншої мовної одиниці, його символічного прочитання з тими «кодами» культури, які відомі чи можуть бути запропоновані носію мови лінгвістом» [8, с. 10-11]. З огляду на рівень сучасних досліджень В. Шаклеїн вбачає завдання лінгвокультурології "у розгляді феноменів мови та культури, які зумовлюють один одного, що передбачає, перш за все, багатоаспектність проблематики лінгвокультурології, можливість різних системних підходів до вирішення лінгвістичних питань" [12, с. 137-140].

На сьогодні в лінгвокультурології виокремилося декілька напрямів: лінгвокультурологія окремої соціальної групи, етносу, яка досліджує конкретну лінгвокультурну ситуацію; діахронічна лінгвокультурологія, яка вивчає зміни лінгвокультурного стану етносу в певний період часу; порівняльна лінгвокультурологія, яка досліджує лінгвокультурні особливості різних етносів, а також особливості менталітету певного етносу з позиції носіїв мови і культури; лінгвокультурна лексикографія, яка займається укладанням лінгвокраїнознавчих словників [9].

Отже, лінгвокультурологія – це відносно молода наукова галузь, яка вивчає взаємозв'язки мови і культури, дозволяє з'ясувати і пояснити здійснення однієї з фундаментальних функцій мови – бути знаряддям творення, розвитку, збереження і передавання культури народу.

Список використаної літератури:

1. Арутюнова Н. Д. Метафора как механизм когнитивно-дискурсивного моделирования действительности : на материале художественных текстов (Диссертация), М : РГБ ОД, 2006. – 409 с.
2. Верещагин Е. М., Костомаров В. Г. Язык и культура : Методическое руководство. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Русский язык, 1990. – 246 с.
3. Воробьев В. В. Лингвокультурология, Издательство Российского Университета дружбы народов, 2008 . – 340 с.
4. Дорда С. В. Лінгвокультурологія як самостійний напрям лінгвістичних досліджень // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Л. Українки. Серія «Філологічні науки». Мовознавство. № 3 (352). – Луцьк, 2017. – 417 с.
5. Карасик В. І. Когниция, коммуникация, дискурс. – 2013. – № 6. –91с.
6. Красных В .В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология Курс лекций. – М.: «Гнозис», 2002. – 284 с

7. Красных В. В., Изотов А.И., Зыкова И.В. Язык, сознание, коммуникация: Сб. статей /Редкол. М.Л. Ковшова. – М.: МАКС Пресс, 2013. – 284 с.
8. Маслова В. А. Введение в лингвокультурологию. – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208с.
9. Нагорна В. В. Історія виникнення і методи лінгвокультурології [Електронний ресурс] Режим доступу:http://damar.ucoz.ru/publ/istorija_viniknennja_i_metodi_lingvokulturologiji/13-1-0-317
10. Телия В. Н. Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты. – М.: Языки русской культуры, 1996. – 288 с.
11. Хайдеггер М. Бытие и время. – Харьков: «Фолио», 2003. — 503 с.
12. Шаклеин В. М. Становление и развитие теории лингвокультурной ситуации в лингвокультурологических исследованиях // Язык и культура. Культурологический компонент языка. – Т.2 – К., 1998. –140 с.
13. Wierzbicka A. "Cultural scripts": A new approach to the study of cross-cultural communication // Language contact and language conflict. – Amsterdam / Philadelphia, 1994. – 87 p.
14. Keesing R. M. Radical cultural difference: Antropology`s myth // Language contact and language conflict. – Amsterdam-Philadelphia, 1994. – 130 p.

Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к. ф. н., доцент Кресан О. Я.

А. В. Васильченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЕМОЦІЙНО-СМИСЛОВА ДОМІНАНТА ТВОРІВ Г. Ф. ЛАВКРАФТА (ЗА МАТЕРІАЛОМ ТВОРІВ “NYARLATHOTEP”, “AZATHOTH”)

Актуальність цього дослідження полягає у комплексному аналізі твору, що виходить із психологічних особливостей автора, та, відповідно, у врахуванні спрямованості сучасних психолінгвістичних досліджень на виявлення особливостей створення та розуміння текстів, впливу їх змісту на читача.

До об'єктів дослідження у психолінгвістиці належать і художні тексти. Багато дослідників ставили на меті створення типологій текстів, які б відображали, окрім лінгвістичних особливостей, певні особистісні якості автора. Серед таких типологій вирізняється концепція В. П. Беляніна [2, с. 24]. Дослідник розробляє психолінгвістичний метод визначення типу тексту, спираючись на лексичні, синтаксичні та сюжетно-тематичні критерії, а також співвідносить типи текстів з певними психологічними характеристиками автора [2, с. 37].

В основу цієї типології текстів було покладення поняття емоційно-сміслової домінанти, що базується на вченні О. О. Ухтомського про поведінкову домінанту. Саме поняття «домінанта» є похідним від латинського *dominare*, що означає панувати. Згідно з Ухтомським, домінанта є «вогнищем збудження, що панує в певний момент у центральній нервовій системі людини, має підвищену чутливість до подразнень і гальмує роботу інших нервових центрів» [3, с. 220]. Белянін визначає **емоційно-сміслову домінанту (ЕСД)** як систему когнітивних та емотивних еталонів, що є характерними для певного типу особистості та слугують психічною основою метафоризації та вербалізації картини світу в тексті [2 с. 221]. Під картиною світу, що відображається в тексті, розуміють картину світу автора як особистості з певними акцентованими характеристиками. Залежно від тих чи інших характеристик, кожний тип тексту отримує свій стиль, характерний лексикон, певний набір тем, а також сюжетних побудов [1, с. 68].

На основі даних про акцентуацію свідомості автора і читача розрізняють такі типи текстів : «**світлі**» та «**активні**» – корелюють із проявом **паранояльної** акцентуації; «**темні**» – із проявом **епілептоїдної** акцентуації; «**сумні**» – із проявом **депресивної** акцентуації; «**веселі**» – із проявом **маніакальної** акцентуації; «**красиві**» – із проявом **істероїдної**

акцентуації; «складні» – із проявом **шизоїдності**; «змішані» – із проявами двох акцентуацій. На думку В. П. Беляніна, на кожному типі акцентуації базується та чи інша емоційно-сміслова домінанта тексту [1, с. 79].

Матеріалом дослідження слугують тексти новел Говарда Філіпа Лавкрафта «Азатот» (загальний обсяг – 1 сторінка) та «Н'ярлхотеп» (загальний обсяг – 5 сторінок), що містять 68 та 111 мовних одиниць відповідно, які співвідносяться з різними типами тексту. Мовні одиниці зафіксовані в текстах методом суцільної вибірки.

Було виявлено ЕСД цих новел, що представлені в першому випадку «змішаним» типом тексту (16, 17 та 17 уживань мовних одиниць) та «темним» типом тексту (44 уживань мовних одиниць), порівняно з мовними одиницями інших типів тексту. Основний зміст «темних» текстів становить виконання своїх справ, прямування до мети, боротьба з ворогами розумними та небезпечними. Життя в таких текстах описується як складне, неприємне. Людина нерідко виступає в ролі іграшки в руках темних сил. Вона не здатна досягнути всього, але все ж здатна впливати на ситуацію через свої дії [1, с. 50] : *And where Nyarlathotep went, rest vanished; for the **small hours** were rent with the **screams of nightmare**. Never before had the **screams of nightmare** been such a public problem; now the wise men almost wished they could forbid sleep in the **small hours**, that the **shrieks** of cities might less horribly disturb the pale, pitying **moon** as it **glimmered** on green **waters** gliding under bridges, and old steeples crumbling against a **sickly sky**. [2, с. 3]; It is enough to know that he dwelt in a city of **high walls** where sterile **twilight** reigned, and that he toiled all day among shadow and turmoil, coming home at **evening** to a room whose one window opened not on the fields and groves but on a **dim court** where other windows stared in dull **despair** [1, с.1]. Емоційно-сміслова домінанта «темних» текстів корелює з **епілептоїдною акцентуацією**, котра характеризується частими проявами гніву, люті, різкими змінами настрою [1, с.51].*

У досліджуваних творах були виявлені ознаки інших типів тексту, зокрема «красивого» (відповідно 7 та 8 уживань мовних одиниць, що становить 4,8% та 8,9 % від загальної кількості), якому притаманні описи почуттів, емоцій та переживань персонажів. «сумного» тексту (відповідно 11 та 20 уживань мовних одиниць, що становить 7,5% та 22,2%), в яких переважають описи дитинства, приємних і не дуже приємних спогадів та почуттів героїв у моменти самотності; «веселого» типу тексту (відповідно 17 та 14 уживань мовних одиниць, що становить 11,5% та 15,5%).

Оскільки найчисельнішими у фрагментах тексту обох романів виявилися семантичні категорії «темного» та «світлого» типів тексту, ми відносимо ці фрагменти до «змішаного» типу тексту, а саме – «темно-світлого». Визначивши ЕСД обох уривків текстів, ми отримали можливість визначення акцентуації авторської особистості. Оскільки «темна» домінанта тексту зазвичай корелює з ознаками епілептоїдності у свідомості автора, ми можемо припустити наявність епілептоїдних рис у структурі особистості Г.Ф. Лавкрафта.

Список використаної літератури:

1. Белянин В. П. Основы психолингвистической диагностики: (Модели мира в литературе) / В. П. Белянин. – М.: Тривола, 2000. – 247 с.
2. Белянин В.П. Психологическое литературоведение / В.П. Белянин – М. : Генезис, 2006. – 297с.
3. Ухтомский А. А. Доминанта / А. А. Ухтомский. – М. – Л. : Наука, 1966. – 448 с.

Список джерел фактичного матеріалу:

1. Lovecraft H.P. Azathoth (novel) / H. P. Lovecraft. // Leaves. – 1938. – №2. – p. 107
2. Lovecraft H.P. Nyarlathotep (novel) / H.P. Lovecraft // The United Amateur. – 1920. – №2 – p. 19-21.

Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к. ф. н., доцент Кресан О. Я.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ ГРАМАТИЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У СТУДЕНТІВ-ФІЛОЛОГІВ

Основою сучасної системи освіти є формування ключових компетенцій навчання, що забезпечують можливість подальшого самостійного розвитку студента. Головна мета вивчення іноземної мови полягає в успішному формуванні іншомовної комунікативної компетенції. Численні дослідження в галузі комунікативної компетенції свідчать про необхідність якісного формування та розвитку, в тому числі й граматичної компетенції, як одного з ключових компонентів комунікативної компетенції загалом.

Проблемою навчання іншомовної граматики займалися П. Бабінська, О. Вовк, Л. Косяк, Ю. Пассов, І. Рахманов, Н. Скляренко, Л. Черноватий, С. Шатілов та багато інших. У працях таких науковців, як О. Москальська, Ю. Пассов, І. Рахманов, Н. Скляренко, висвітлено питання принципів організації навчання граматичного матеріалу; дослідження природи виникнення та функціонування граматичних навичок висвітлені у працях П. Гурвича, Ю. Кудряшова, О. Михайлової, С. Шатілова. Водночас, на нашу думку, проблема формування граматичної компетенції студентів філологічних факультетів під час вивчення іноземних мов потребує подальшого дослідження.

Грамматична компетенція – це складова частина мовної компетенції, що входить, своєю чергою, до структури іншомовної комунікативної компетенції. Грамматичну компетенцію розглядають також як здатність розуміти й виражати значення, продукуючи й розпізнаючи коректно оформлені згідно з певними принципами фрази і речення (що є протилежним заучуванню та відтворенню їх як стійких формул) [6].

Частина дослідників розглядає граматичну компетенцію з позицій комунікативно-когнітивного підходу, при якому основа граматичної компетенції базується на двох головних типах механізмів: комунікативних, що сприяють оволодінню іншомовною мовленнєвою діяльністю, і когнітивних, що стимулюють процес концептуалізації, результатом якого є утворення іншомовних концептів у свідомості комунікатора. Ми підтримуємо цю точку зору і також розглядаємо граматичну компетенцію в аспекті комунікативно-когнітивного підходу. Підтримуючи таку позицію, можна сказати, що граматична компетенція передбачає формування спеціальних граматичних когнітивних моделей, котрі зберігаються в мозку індивіда окремо від смислових моделей та пробуджуються в процесі мовленнєвого спілкування, забезпечуючи граматично правильне оформлення смислового елемента [4].

Як зазначає О. Вовк, граматична компетенція, сформована в аспекті комунікативно-когнітивного підходу, забезпечує системне та гармонійне оволодіння лексичним, морфологічним, синтаксичним, фонетичним та орфографічним сторонами мови, що є необхідними для побудови осмислених та зв'язних висловлювань відповідно до комунікативної ситуації та мети. Володіння граматичними поняттями, засобами вираження граматичних категорій, навичками й уміннями адекватно використовувати граматичні явища в мовленнєвій діяльності в різноманітних ситуаціях спілкування для розв'язання мовленнєво-розумових проблемних завдань є результатом комплексного підходу до навчання граматичного матеріалу майбутніх фахівців [1].

Сучасна стратегія формування іншомовної комунікативної компетенції передбачає оволодіння іноземною мовою у процесі мовленнєвої діяльності за допомогою моделювання реальних комунікативних ситуацій. Особливу увагу слід приділити епістемологічним стилям навчання, формуванню мовної особистості студентів, розвитку їхнього знаннєвого простору, використанню автентичних навчальних матеріалів і ситуацій, що мають місце під час застосування як завдань мовленнєвої взаємодії в усіх видах мовленнєвої діяльності, так і проблемних мовленнєво-розумових завдань, які забезпечують мовленнєвий і когнітивний розвиток студентів [2].

Оволодіння мовними знаннями може здійснюватися двома шляхами: експліцитно й імпліцитно. У першому випадку – через усвідомлене, довільне навчання і в процесі вирішення проблемних завдань. В іншому випадку - через мимовільне, неусвідомлюване, інтуїтивне навчання або в процесі реальної комунікації. Відповідно, існують два взаємодіючих види знань, причому експліцитне знання може перейти в імпліцитне через практику. Експліцитні та імпліцитні знання іноді класифікують як вивчені та як засвоєні. Перші формуються в результаті цілеспрямованого навчання: увага індивіда фокусується на формальних ознаках досліджуваних мовних явищ. Другі формуються автоматично, через природну комунікацію: увага індивіда концентрується на значенні (функції) мовних явищ [5].

Особливу роль у формуванні граматичної компетенції слід надати виведеному знанню. По-перше, воно виводиться самостійно, а не отримується в готовому вигляді з того матеріалу, який студенти отримують в якості вихідного, що дозволяє засвоїти граматичний матеріал індуктивним шляхом; по-друге, ґрунтуючись, головним чином, на мовних знаннях, воно дозволяє студентам проаналізувати нові граматичні структури і зробити необхідні висновки. Таке знання буде міцнішим, відповідно, сформована граматична компетенція буде вищого рівня, а знанневий простір, який формується в свідомості студентів впродовж усього періоду навчання у ВНЗ, буде ширшим [3].

У процесі формування й удосконалення іншомовної граматичної компетенції дуже важливим є етап формування мовленнєвих граматичних навичок, під якими розуміють автоматизовані компоненти мовленнєвої діяльності, психофізіологічну основу яких становлять динамічні стереотипи, що формуються і функціонують у результаті постійного користування мовою, тобто в процесі набуття людиною індивідуального мовленнєвого досвіду. Формування мовленнєвих граматичних навичок проходить у декілька етапів. У сучасній науці існує кілька класифікацій етапів формування граматичних навичок. Слідом за Ю. Пассовим, ми виокремлюємо такі етапи формування граматичної навички: 1) сприйняття граматичного явища; 2) його репродукування в однотипних ситуаціях; 3) продукування власних мовленнєвих продуктів із виучуваним граматичним явищем у різнотипних ситуаціях [2].

Необхідно підкреслити, що важливою умовою міцності формування граматичної навички є правильний добір вправ на всіх стадіях формування навички. Психологами встановлено, що людиною легше й міцніше засвоюється те, що включається в його діяльність, яка при цьому не повинна бути повторюваною, а якомога різноманітнішою. Слід постійно заохочувати студентів до комунікації іноземною мовою, дотримуючись вимог її новизни і продуктивності, а також розуміння її змісту без перекладу [3].

Отже, мовна граматична компетенція є частиною комунікативної, оскільки неможливо розглядати оволодіння граматичною стороною іноземної мови ізольовано від процесу комунікації. В основі граматичної компетенції лежать два основних типи механізмів: комунікативні та когнітивні. Перші сприяють оволодінню іншомовною мовленнєвою діяльністю, другі – процесу концептуалізації, результатом якого є утворення концептів у свідомості людини. Граматична компетенція ґрунтується на певних знаннях, навичках, уміннях і здатності ефективно використовувати їх в навчально-комунікативному процесі, що дозволяє студентам не лише володіти іноземною мовою на рівні спілкування й адекватно розв'язувати комунікативні завдання, а й професійно користуватися нею як засобом навчання.

Список використаної літератури:

1. Вовк О.І. До питання про сучасну стратегію навчання іншомовного спілкування у вищих навчальних закладах // Вісник Луганського національного педагогічного університету ім. Т. Шевченка. – Луганськ, 2005. – № 2(82). – С. 178-185.
2. Вовк О.І. Сучасна стратегія формування англомовної граматичної компетенції у студентів-філологів / О. Вовк // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи. - 2008. - № 27. - С. 5-10. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ppps_2008_27_3
3. Подгорская О.Н. Формирование грамматической компетенции как составляющей иноязычной коммуникативной компетенции будущего учителя иностранного языка / О. Н. Подгорская // Известия ВГ ПУ. – 2018 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-grammaticheskoy-kompetentsii-kak-sostavlyayuschey-inoazychnoy-kommunikativnoy-kompetentsii-buduschego-uchitelya>

4. Горбач Е. Б. Зміст і структура граматичної компетентності майбутніх перекладачів / Е.Б. Горбач // Вісник КНЛУ. Серія Педагогіка та психологія. Випуск 24. - 2015. – С. 148 – 157
5. Ждан А. Н. Психологические механизмы усвоения грамматики родного и иностранного языков / Ждан А. Н., Гохлернер М. М. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1972. – 256 с.
6. Загальноєвропейські Рекомендації з мовної освіти : вивчення, викладання, оцінювання / наук. ред. укр. Видання доктор пед. наук, проф. С. Ю. Ніколаєва; [пер. з англ. О. М. Шерстюк]. – К. : Ленвіт, 2003. – 273 с.

Науковий керівник: д.п.н., професор Вовк О.І.

М. В. Грам

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ ПОХІДНИХ АНГЛІЙСЬКИХ ІМЕННИКІВ ІЗ СУФІКСОМ -RY (-ERY)

Система мови постійно розвивається, що приводить до збагачення її словникового складу. Нові лексичні одиниці утворюються різними способами: за різними моделями власної системи утворення нових слів, шляхом запозичення готових одиниць з інших мов, а також шляхом розширення значень уже наявних слів. Проте, як зазначає М. М. Шанський, найяскравішим та одним із визначальних процесів у розвитку лексики мови є її постійне та інтенсивне збагачення шляхом утворення нових слів на основі уже наявних [див. 1, 5]. Такий процес часто трапляється в англійській мові.

Поняття «словотвір» розглядається у широкому та вузькому значеннях. З одного боку, як стверджує О. Д. Мешков, під словотвором розуміють процес і правила утворення слів; а з іншого боку – це галузь мовознавства, що займається вивченням способів утворення слів [3, 9]. Основними функціями словотвору є ономазіологічна (створення назв нових об'єктів і явищ) та семантична (фіксування одиниць із новими значеннями) [5, 517].

Словотвір передбачає збагачення мови новими лексичними одиницями. Нові слова утворюються різними способами. В англійській мові вирізняють морфологічні та семантичні способи словотвору. **Морфологічні** способи передбачають утворення нових слів шляхом зміни морфологічної структури вихідного слова. Типи морфологічного словотвору: афіксація (*affixation*), яка поділяється на суфіксацію (*suffixation*), префіксацію (*prefixation*) та суфіксально-префіксальний спосіб (*suffixation-and-prefixation*), зворотний словотвір (*back formation*), скорочення (*clipping*), основоскладання (*compounding*). **Семантичними** є способи творення нових слів шляхом зміни значення слова. До таких належать конверсія (*conversion*), розширення значення (*generalization of meaning*), звуження значення (*narrowing of meaning*), метафора (*metaphor*) та метонімія (*metonymy*).

Похідні слова, які виступають об'єктом нашого дослідження, утворені шляхом **суфіксації** – одного з найпоширеніших способів словотвору в сучасній англійській мові. Суфіксація є приєднанням суфіксів до коренів чи основ [див. 1, 25]. Суфікси не лише змінюють значення слова, а й можуть «перевести» слово з однієї частини мови до іншої (*to read – a reader*) [4, 25]. Приєднуючись до основи, словотвірний суфікс виконує такі функції: 1) переводить вихідну основу до іншого лексико-граматичного розряду (*London – Londoner*); 2) надає вихідній основі іншого конотативного значення (*green – greenish*); 3) змінює іменник чоловічого роду на іменник жіночого роду (*an actor – an actress*). Якщо виокремлювана в слові морфема не виконує жодної з вище зазначених функцій, то вона є не суфіксом (чи префіксом), а закінченням [3, 31].

Існує чимало класифікацій суфіксів за різними критеріями. Зокрема, виокремлюють категоріальні, розрядні, конотативні суфікси, суфікси фемінізації тощо. Один і той самий суфікс може виконувати декілька функцій, наприклад, суфікс *-er* виконує категоріальну функцію (виступає суфіксом віддієслівних іменників, наприклад, *reader*) та розрядну функцію (називає жителя місцевості, позначеного основою, наприклад, *Londoner*) [3, 32].

За ступенем продуктивності виокремлюють продуктивні суфікси, які активно використовуються в утворенні нових слів (*-ize, -er, -ie, -ing, -ist*), малопродуктивні суфікси, які нечасто залучаються до утворення нових слів (*-ee, -ly, -ster, -nik*), і непродуктивні суфікси, котрі втратили здатність утворювати нові слова у ході історичного розвитку мови (*-aceous, -ana, -ard, -esque, -fold, -kin, -ling*) [1, 27].

Англійський суфікс *-ery (-ry)* належить до продуктивних. У сучасній англійській мові цей суфікс приєднується до дієслівних, іменникових та прикметникових основ і надає похідним словам таких значень: 1) сукупність людей, на яких вказує основа (*soldiery*). У цьому випадку суфікс *-ery* приєднується до іменникових та прикметникових основ; 2) сукупність речей, на які вказує основа (*crockery*); 3) поведінка або дія, позначені основою. У цьому випадку суфікс *-ery* приєднується до дієслівної, іменникової та прикметникової основ (*bribery*); 4) місця, де виготовляються предмети, вирощуються тварини чи рослини (*rabbitry*) [1, 39].

Виявлення механізмів утворення похідних англійських іменників із суфіксом *-ery (-ry)* є можливим завдяки поєднанню понять і положень традиційної й когнітивної теорії словотвору. Поняттями традиційної теорії словотвору, застосовуваними в роботі, є похідне слово, словотвірна модель, словотвірне значення, внутрішня форма слова. Виявлення способів утворення похідних слів здійснюється завдяки застосуванню понять і положень когнітивної лінгвістики, основною метою якої є пояснення суті зв'язку між мовою і мисленням. Методологічним інструментом такого вивчення є концептуальний аналіз, пов'язаний із пошуком тих спільних концептів, які підведені під один знак і представляють буття цього знаку як маркера певної когнітивної структури [2, 99]. Похідне слово розглядається в роботі як мовний знак, внутрішня форма якого структурується за допомогою однієї або декількох пропозиціональних схем. Типи таких схем запропоновані С. А. Жаботинською у семантиці лінгвальних мереж [2, 113].

Встановлення лінгвокогнітивних механізмів утворення похідних англійських іменників із суфіксом *-ery (-ry)* здійснюється в декілька етапів. Першим етапом є пошук похідних англійських іменників із зазначеними суфіксами у різних автентичних англомовних джерелах. Другий етап полягає у реконструюванні внутрішньої форми досліджуваних одиниць із застосуванням пропозицій базисних фреймів. На третьому етапі здійснюється побудова словотвірних моделей аналізованих одиниць, що супроводжується визначенням типу вихідної основи та ступеня продуктивності формальної моделі. Четвертим, завершальним етапом є визначення багатозначності формальних схем на основі зіставлення формальних і концептуальних моделей похідних англійських іменників із суфіксом *-ery (-ry)*.

Таким чином, з'ясування лінгвокогнітивних аспектів утворення похідних англійських іменників із суфіксом *-ery (-ry)* є можливим завдяки поєднанню доробку традиційної й когнітивної теорії словотвору. Перспективу подальших досліджень вбачаємо в аналізі синонімії формальних схем досліджуваних похідних слів, а також у можливості застосування запропонованої методики аналізу до вивчення похідних слів з іншими суфіксами.

Список використаної літератури:

1. Бортничук Е. Н. Словообразование в современном английском языке / Е. Н. Бортничук, И. В. Василенко, Л. П. Пастушенко ; под ред. Ю. А. Жлуктенко. – К. : Вища школа, 1988. – 263 с.
2. Жаботинская С. А. Генеративизм, когнитивизм и семантика лингвальных сетей / С. А. Жаботинская // *Doctrina multiplex, verinas una. Учень багато, істина одна* : зб. праць до ювілею Ізабелли Рафаїлівни Буніятової / Київський ун-т ім. Б. Грінченка. – К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2018. – С. 99–141.
3. Мешков О. Д. Словообразование современного английского языка / О. Д. Мешков. – М. : Наука, 1976. – 248 с.
4. Митрошкина Т. В. Все способы английского словообразования : учебный справочник / Т. В. Митрошкина. – Мн. : ТетраСистемс, 2011. – 176 с.
5. Кубрякова Е.С. О формообразовании, словоизменении, словообразовании и их соотношении / Е. С. Кубрякова // *Известия АН СССР. Серия литературы и языка*. – 1976. – № 6. – С. 514–526.

Науковий керівник: старший викладач кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к. ф. н., ст. викл. Токарчук В. А.

МІМІКА ЯК НЕВЕРБАЛЬНИЙ ЗАСІБ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ (НА МАТЕРІАЛІ ХУДОЖНЬОГО АНГЛОМОВНОГО ТЕКСТУ)

У сучасній лінгвістиці актуальним є вивчення не лише вербальних, а й невербальних засобів комунікації. Останні визначають як елементи комунікативного коду, які мають немовну (але знакову) природу і разом із засобами мовного коду служать для створення, передавання і сприйняття повідомлень [1, 60].

Однією з функцій невербальних засобів комунікації є вираження емоцій. Емоція за К. Ізардом – це складний феномен, який включає в себе нейрофізіологічний, нервово-м'язовий, експресивний та чуттєвий компоненти [2, 49]. К. Ізард вирізняє 10 фундаментальних, або базових, емоцій [там само, 16]: гнів-роздратування, зневагу, відразу, горе-страждання, страх, провину, інтерес-хвилювання, радість, сором та подив.

Ця стаття присвячена міміці як невербальному засобу вираження емоцій. Матеріалом нашого дослідження слугувало 200 фрагментів тексту з художніх творів англійських письменників, що містять опис комунікативних ситуацій, де співрозмовники виражають емоції за допомогою міміки. При подальших підрахунках беремо цю кількість за 100%.

Емоція гніву-роздратування, виражена мімікою, зафіксована у 30 фрагментах тексту, що становить 15% від загальної кількості фактичного матеріалу. Це насуплені брови, стиснуті зуби та губи. Наприклад:

Jamie's face filled with rage. «Sweet Jesus! I ordered a stop to flogging at all the mines» (3, 67), де обличчя Джемі сповнене гнівом, коли він дізнається про численні вбивства під час пошуків алмазів.

Міміка комуніканта свідчить про зневагу у десяти фрагментах тексту, або 5%. Це підняті брови, припіднята верхня губа або стиснуті губи. Наприклад:

But her brother began throwing mean looks in my direction so when she went on her vacation in July I let it blow quietly away (1, 62), де знайомий Ніка зневажливо дивиться на нього, не схвалюючи зв'язок між Ніком і своєю сестрою.

Міміка комуніканта репрезентує горе-страждання у шести фрагментах тексту, або 3%. При цьому комунікант примружує очі, які здаються тьмяними, і опускає куточки губ. Наприклад:

Three days before the wedding ceremony was to take place, George arrived at the Blackwell house, his face filled with distress. «I've just had terrible news», he said. «My father suffered another heart attack» (3, 142), де обличчя Джорджа сповнене печаллю, оскільки він переживає через серцевий напад у батька.

Страх, виражений мімікою, зафіксовано у 12 фрагментах тексту, що становить 6%. При цьому у людини напружений погляд і стривожений вираз обличчя. Наприклад:

Her frightened eyes told that whatever intentions, whatever courage she had had, were definitely gone (1, 144), де переляканий погляд Дейзі свідчить про страх перед чоловіком, який дізнається про її зраду.

У 54 фрагментах тексту, що становить 27% міміка виражає інтерес-хвилювання комуніканта. Ця емоція репрезентована зацікавленим поглядом, піднятими або злегка зведеними бровами, трохи відкритим ротом. Наприклад:

Dominique hurried up to him, her eyes bright with excitement. «You've just sold another one, Tony» (3, 114), де Домінік поспішає до свого друга, схвилювана тим, що він продав ще одну картину: її очі сяють від збудження.

Міміка комуніканта свідчить про подив у 24 фрагментах тексту, що складає 12%. Це високо підняті брови, широко розплющені й округлені очі та відкритий рот. Наприклад:

He was astounded. His mouth opened a little (1, 126), де Том, випадково почувши, як його дружина освідчується іншому, від подиву відкриває рот.

У 42 фрагментах тексту, що становить 21% міміка комуніканта виражає радість. Це зазвичай щаслива посмішка та сяючі очі. Наприклад:

She smiled up at him, her blue eyes sparkling. «I'm crazy about you, my darling. Can't you tell?» (3, 89), де очі дівчини сяють від щастя, коли її хлопець освідчується їй в коханні.

Міміка комуніканта виражає сором у 22 фрагментах тексту, що становить 11%. При цьому очі мовця «бігають» або просто опущені чи заплющені, а його обличчя червоніє. Наприклад:

Esmé's heart-shaped face was ashamed. «I'm so sorry, Bella» she cried as she followed the others into the yard (2, 26), де обличчя Есми червоніє, оскільки їй соромно за свою поведінку.

Емоції виражені мімікою представлено у табл.1.

Таблиця 1.

Емоції	Кількість	
	В абсолютних числах	У відсотках
Інтерес-хвилювання	54	27
Радість	42	21
Гнів-роздратування	30	15
Подив	24	12
Сором	22	11
Страх	12	6
Зневага	10	5
Горе-страждання	6	3
Разом	200	100

Отже, у нашому фактичному матеріалі міміка комуніканта найчастіше виражає його радість та інтерес-хвилювання. Найменш представленою емоцією, вираженою мімікою, є горе-страждання.

Список використаної літератури:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. – К. : Видавничий центр «Академія», 2004. 344 с.
2. Изард К. Э. Психология эмоций / К. Э. Изард [пер. с англ. А. Татлыбаева] / – СПб. : Издательство «Питер», 1999. – 464 с.

Список джерел фактичного матеріалу:

3. Fitzgerald F. The Great Gatsby / F. Fitzgerald. – US : Charles Scribner's Sons, 1925. – 193 p.
4. Meyer S. New Moon / S. Meyer. – USA : Little, Brown and Company, 2006. – 366 p.
5. Sheldon S. Master of the Game / S. Sheldon. – US : Warner Books, 1982. – 215 p.

Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к. філол. н., доцент Голубнича О. І.

А. Р. Козак

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ЧИТАЦЬКОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ У МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Читання як комплексна пізнавальна діяльність дарує задоволення і просвітлення та відкриває невідоме. Тому студенти сучасного світу повинні знати, як навчитися читати й увійти в глобалізоване освічене суспільство. Той, хто читає, може привести інших до світла. Люди, які читають, можуть бути вільними, тому що читання позбавляє від невігластва і забобонів. Більше того, читання має силу революціонізувати способи мислення кожного.

Розвиток читацької компетенції в майбутніх викладачів англійської мови передбачає: формування складної інтегрованої здатності читати іншомовну літературу в авторській, жанровій і тематичній різноманітності; набуття соціальних, морально-етичних цінностей через художні образи літературних творів; розвиток умінь сприймати, розуміти, аналізувати

літературні й навчальні тексти різних видів з використанням елементарних літературознавчих понять; формувати вміння створювати власні висловлювання за змістом прочитаного; виховання потреби в систематичному читанні як засобу пізнання світу та загальнокультурного розвитку [2, с.10-15].

В. О. Сухомлинський зазначив, що без високої культури читання немає ні школи, ні справжньої розумової праці, а погане читання – це ніби брудне вікно, крізь яке нічого не видно. Сучасні вчителі мають навчати учнів всіх видів читання, а особливо – критичного. Критичний читач оскаржує припущення автора, робить висновки й оцінює точність, надійність, якість і цінність того, що він читає.

Нині оволодіння іноземними мовами є престижним та необхідним. Зокрема, англійська мова стала мовою міжнародного спілкування. Читання англійською мовою стає необхідністю для студентів, які хочуть добитися успіху. Тому перед сучасними вчителями постає завдання виховувати в учнів читацьку звичку й умотивувати їх якомога більше читати [1].

Успішне викладання англійської мови зумовлено багатьма чинниками, такими як особистість учителя, рівень обізнаності учнів, умови навчання, обрані підходи та використовувані вчителем методи. Підходи й методи – це способи передати знання учням. Вони залежать від потреб учня і творчого підходу вчителя. Учитель повинен використовувати відповідні підходи та методи для досягнення мети навчання. Упродовж останніх десятиліть підвищилась увага до навчальних методів розроблення стратегій у сфері сприяння розумінню читання.

Читання також вважається одним із методів, який може використовувати вчитель для оволодіння іноземною мовою. Читання стає важливим, тому що це вміння, яке включає висновки, припущення, передбачення тощо. Крім того, воно виконує комунікативну функцію. Читаючи англійською мовою, студенти навчаються правильно вимовляти слова, дізнаються про часові форми і про те, як їх використовувати в процесі спілкування. Вони також дізнаються про відмінності в культурі країни, мови, якої вивчається.

Існує низка різних методів, які можна використовувати, щоб навчитися читати. Питання про те, який метод є кращим, продовжує сприяти жвавій дискусії, в якій експерти пристрасно обстоюють той чи той підхід. Реальність така, що всі методи певною мірою довели свою релевантність. Основні методи навчання молодших школярів, наприклад, загалом можна розділити на ті, які використовують фонетику, й ті, які не використовують.

Головним методом навчання читанню є фонетичний метод, або фонікс. Фонетичний підхід заснований на алфавітному принципі. Його основою є навчання вимовилітер і звуків (фонетиці), а коли дитина накопичує достатні знання, вона переходить до складів, а потім і до цілих слів. Проблема з читанням в англійській мові полягає в тому, що 44 звуки передаються за допомогою 26 літер. Використовуючи фонетичний метод, учні навчаються декодувати прочитане. Вони візуально сприймають окремі літери або групи літер, розпізнають звуки і змішують їх разом, утворюючи вільне слово.

В альтернативних методах навчання, діти навчаються розпізнавати цілі слова або речення, а не окремі звуки. Повторення прочитаного в книгах або за допомогою карток використовується для того, щоб дитина могла запам'ятати нові слова. Їх також можна навчити використовувати підказки з малюнків, які супроводжують текст [3, с. 99-101].

Сучасна методика розуміє навик читання як автоматизоване уміння по озвучуванню друкарського тексту, що припускає усвідомлення ідеї сприйманого твору і вироблення власного відношення до читаного [4, с.16-24].

Список використаної літератури:

1. Koda K. The role of reading in fostering transcultural competence / Keiko Koda. – 2010. – №22. – Р. 5–10.
2. Teaching Reading and Writing. Reading skills. // British Council. – 2015. – С. 1–16.
3. Никітіна Л.В. Підвищення ефективності уроків читання шляхом організації групової роботи // Початкова школа. – 2001. – №5. – с. 99 – 101.
4. Світловська Н.Н. Методика навчання читанню: що це таке? // Початкова школа. – 2005. – №2.

Науковий керівник: професор кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, д. пед. н., професор Вовк О. І.

ЛІНГВОКОГНІТИВНИЙ ПІДХІД ДО АНАЛІЗУ ПОХІДНИХ АНГЛІЙСЬКИХ ІМЕННИКІВ ІЗ СУФІКСОМ *-MENT*

Утворення та використання лексичних одиниць у першу чергу пов'язане з потребами спілкування, коли з'являється необхідність іменувати об'єкти і явища навколишньої дійсності [6, 98]. Виникнення нових об'єктів зумовлює появу нових мовних одиниць – назв цих об'єктів. Вивчення способів та засобів утворення одиниць мови завжди було одним із ключових питань лінгвістики.

Поповнення словникового складу розглядають як наслідок двох видів процесів: «процесів зростання» (*processes of growth*), завдяки яким до мови входять нові слова, та «процесів змін» (*processes of change*), завдяки яким наявні одиниці набувають нових значень. Способи поповнення лексичного складу мови є кількісними та якісними. Кількісне поповнення відбувається шляхом внутрішніх та зовнішніх процесів. Під внутрішнім процесом розуміють поповнення словникового складу завдяки його власного потенціалу, тобто за допомогою різних способів словотвору. Зовнішнім процесом поповнення називають запозичення. Під якісним поповненням розуміють зміну семантичної структури слова. До таких змін належать генералізація (розширення значення); спеціалізація (звуження значення); метафора та метонімія (перенесення значення); деградація та елевація (погіршення та покращення значення) [5, 37]. Основними способами поповнення словникового складу англійської мови є словотвір та запозичення.

Термін «словотвір» має два значення. Словотвір у вузькому значенні – це система способів і засобів утворення нових слів за певними словотвірними моделями. У широкому значенні словотвір означає галузь мовознавства, що вивчає способи й засоби створення нових слів, а також словотвірну структуру вже наявних слів [2, 7].

Способи словотвору поділяють на три основні типи: морфологічний або фонетико-морфологічний, морфолого-синтаксичний та семантичний. **Морфологічний** або **фонетико-морфологічний тип** словотвору передбачає зміну фонетичного або морфологічного складу слова. До морфологічного способу відносять афіксацію (*affixation*), словоскладання (*compounding*), скорочення (*clipping*), зворотню деривацію (*back formation*), постпозицію (*postposition*), чергування звуків, перенесення наголосу в слові. **Морфолого-синтаксичний тип словотвору** менш поширений в англійській мові, але не менш продуктивний; він передбачає зміну парадигми й синтаксичної функції вихідного слова. Морфолого-синтаксичним типом називають конверсію (*conversion*). **Семантичний тип** словотвору полягає у зміні значення вихідного слова, у результаті чого з'являються омоніми [2, 15]. До семантичного типу належать розширення значення або генералізація (*generalization*), звуження значення або спеціалізація (*specification*), перенос найменування: метафора (*metaphor*) й метонімія (*metonymy*), деградація (погіршення) та елевація (поліпшення) значення [5, 38].

Одним із найпоширеніших способів словотвору в англійській мові є **суфіксація**, яка полягає у приєднанні суфіксів до основ слів. Суфіксом називають афіксальну морфему, яка вживається після кореня і виокремлюється у складі словоформи [1, 463]. Суфікси не функціонують окремо від основ, тому не мають ознак окремої частини мови. Проте суфікси мають своє лексико-семантичне значення. Коли одне і те саме слово з різними суфіксами належить до однієї частини мови, то за допомогою суфікса розрізняються лексико-граматичні класи слів.

У лінгвістичній літературі суфікси класифікують за різними критеріями: за частиною мови, до якої належить похідне або вихідне слово, за ступенем продуктивності, за походженням, за спільністю абстрактного категоріального значення, за розташуванням у слові, за стилістичним забарвленням тощо [2, 25]. До числа продуктивних суфіксів сучасної англійської мови належить *-ment*, а утворені за його участю іменники виступають об'єктом нашого дослідження.

Англійський суфікс *-ment* походить від французького суфікса *-ment*, який, у свою чергу, походить від латинського суфікса *-mentum* [7]. В англійській мові суфікс *-ment* є багатозначним і слугує для утворення іменників та дієслів. Іменниковий суфікс *-ment*, що перебуває в центрі уваги нашого дослідження, має три основні значення в англійській мові: 1) акт або факт виконання дії, на яку вказує основа (наприклад, *arrange* ‘упорядковувати’, ‘класифікувати’ → *arrangement* ‘упорядкування, ‘класифікація’); 2) стан, якість або умова, на які вказує основа. У цьому випадку суфікс *-ment* приєднується до дієслів, які означають розумовий та емоційний стан (наприклад, *amaze* ‘вражати’ → *amazement* ‘вражання’, ‘здивування’). Суфікс *-ment* має аналогічне значення у поєднанні з деякими основами прикметників, (наприклад, *merry* ‘веселий’ → *merriment* ‘веселощі’); 3) щось конкретне, матеріальне, пов’язане з тим, на що вказує основа (наприклад, *equip* ‘споряджати’, ‘обладнувати’ → *equipment* ‘спорядження’, ‘обладнання’ [2, 48].

З’ясування способів утворення похідних англійських іменників із суфіксом *-ment* є можливим за умови поєднання понять і положень традиційного і когнітивного підходів до аналізу словотвірних процесів. Традиційний підхід займається описом способів утворення й структури похідних слів. У дослідженні застосовуються такі поняття традиційної теорії словотвору, як похідне слово, словотвірна модель, словотвірне значення, внутрішня форма слова. Когнітивний підхід пояснює сам механізм утворення нових слів. Дослідження когнітивних характеристик словотвору уможливорює вирішення завдань, розв’язання яких було раніше неможливим: дослідити взаємодію мислення, мови і дійсності у номінативному акті; виявити когнітивні механізми, залучені у процесі позначення різних фрагментів навколишнього світу, та визначити використовувані при цьому способи [4, 124]. Методологічним інструментом когнітивно орієнтованої теорії словотвору є концептуальний аналіз, пов’язаний із пошуком тих спільних концептів, які підведені під один знак і представляють буття цього знаку як маркера певної когнітивної структури [3, 110]. Похідне слово розглядається як мовний знак, внутрішня форма якого структурується за допомогою однієї або декількох пропозиціональних схем. Типологія таких схем запропонована С. А. Жаботинською у семантиці лінгвальних мереж [3, 111].

Лінгвокогнітивний аналіз похідних англійських іменників із суфіксом *-ment* є поетапним процесом. Першим етапом є пошук похідних англійських іменників із зазначеним суфіксом у різних автентичних англомовних джерелах. На другому етапі відбувається реконструювання внутрішньої форми досліджуваних одиниць із застосуванням пропозицій базисних фреймів. Третій етап полягає у побудові словотвірних моделей аналізованих одиниць, що супроводжується визначенням типу вихідної основи та ступеня продуктивності формальної моделі. На четвертому етапі визначається багатозначність формальних схем на основі зіставлення формальних і концептуальних моделей.

Таким чином, аналіз лінгвокогнітивних аспектів утворення похідних англійських іменників із суфіксом *-ment* є можливим завдяки поєднанню понять і методик, запропонованих у традиційній і когнітивній теорії словотвору. Запропонована методика аналізу може бути застосована до аналізу словотвірних моделей з іншими словотвірними формантами.

Список використаної літератури:

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Просвещение, 1985. – 608 с.
2. Бортничук Е. Н. Словообразование в современном английском языке : учеб. пособие для ин-тов и ф-тов иностр. яз. / Е. Н. Бортничук, И. В. Василенко, Л. П. Пастушенко. – К. : Вища школа, 1988. – 261 с.
3. Жаботинская С. А. Генеративизм, когнитивизм и семантика лингвальных сетей / С. А. Жаботинская // *Doctrina multiplex, veritas una*. Учень багато, істина одна : зб. праць до ювілею Ізабелли Рафаїлівни Буніятової / Київський ун-т ім. Б. Грінченка. – К. : Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2018. – С. 99–141.
4. Никитченко К. Способи оказіонального словотворення крізь призму когнітивної семантики / К. Никитченко // Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія : Філологія (мовознавство). – 2014. – Вип. 20. – С. 122–128.
5. Ткачик О. В. Шляхи поповнення лексичного складу сучасної англійської мови / О. В. Ткачик, Н. В. Роговська // Вісник національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2017. – № 9. – С. 36–40.

6. Харитончик З. А. Лексикология английского языка / З. А. Харитончик. – Мн. : Высшая школа, 1992. – 229 с.
7. Dictionary.com [Electronic resource]. – Available from : <https://www.dictionary.com>.

Науковий керівник: старший викладач кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к. ф. н., ст. викл. Токарчук В. А.

М. О. Костенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПОНЯТТЯ ПОЛІТИЧНОГО МЕДІА ДИСКУРСУ У СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Поняття дискурсу є одним з основних у сучасній лінгвістиці. Згідно з лінгвістичним енциклопедичним словником, дефініція терміну «дискурс» є дуже широкою: це зв'язний текст у сукупності всіх його екстралінгвістичних факторів: прагматичного, соціокультурного та психологічного; це текст, який розглядається у контексті подій; це мовлення, яке розглядається як цілеспрямований, соціальний акт, як компонент взаємодії людей та їх когнітивних процесів [6, с. 136].

Велівченко В.Ф. зазначає, що двома обов'язковими компонентами дискурсу є:

– динамічний процес мовленнєвої діяльності, уписаної в певний соціальний контекст;

– результат цієї діяльності, що має форму тексту. [1, с. 141-145]

Як і більшість лінгвістичних термінів, дискурс має і широке, і вузьке розуміння.

У широкому розумінні, дискурс є складним комунікативним явищем, усною мовленнєвою дією, яка, враховуючи соціальний контекст, характеризує як її учасників, так і власне процеси продукування і сприйняття повідомлення [4, с. 290].

У вузькому розумінні, дискурс є зв'язною послідовністю мовних одиниць, створеною мовцем для адресата у певний час, у певному місці та з певною метою.

Поняття дискурсу є родовим, представленим низкою його різновидів. Серед численних класифікацій дискурсу, коротко зупинимося на класифікації, запропонованій Г. Г. Почепцовим. За цією класифікацією, виокремленими є теле- і радіодискурси, газетний, театральний, кінодискурс, літературний дискурс, дискурс у сфері публік рилейшнз (ПР), рекламний дискурс, політичний та релігійний (фідеїстичний) дискурси [5, с. 15]. Релевантними до теми нашого дослідження є політичний дискурс, а також медіа дискурс, який об'єднує теле-, радіо-, Інтернет- і газетний дискурси.

Термін «політичний дискурс», як і більшість термінів, має два розуміння: широке і вузьке.

У широкому розумінні цей термін охоплює такі форми спілкування, в яких принаймні хоча б одна зі складових є співвіднесеною зі сферою політики – це мовець, адресат, зміст або позамовний контекст повідомлення.

У вузькому розумінні термін «політичний дискурс» є окремим різновидом дискурсу, метою якого є набуття та / або здійснення політичної влади.

Характерною особливістю політичного дискурсу є його спрямованість на майбутній контекст [8, с. 57]. Тому перевагою політичного дискурсу є те, що його важко заперечити. Більш того, у поточний час, тобто поки майбутній контекст політичного дискурсу ще не настав, цей дискурс неможливо перевірити.

Ще однією характерною особливістю політичного дискурсу є його обов'язкова спрямованість на владу, адже політика як цілеспрямована діяльність у сфері взаємовідносин між різними суб'єктами суспільного життя безпосередньо пов'язана з боротьбою за здобуття та утримання влади. Тому політичний дискурс – це інструмент боротьби за владу конфліктуючих сил та інтересів.

Політичний дискурс може бути медійним.

Медіа дискурс є відносно новим різновидом дискурсу, похідним від загальної концепції дискурсу, але сьогодні стає провідним типом дискурсу, проникаючи в усі типи як інституційного, так і повсякденного спілкування. Будучи інтегрованим у соціальні, особистісні та професійні стосунки людей, медіа дискурс використовується для досягнення потрібного ілюкативного ефекту [9, с. 312].

Згідно з М. Желтухіною, медіа дискурс має такі характерні особливості [2, с. 27]:

–групова співвіднесеність, адже мовець як продуцент тексту медіа дискурсу поділяє погляди тієї соціальної групи, яку він представляє;

–публічність, адже текст медіа дискурсу є завжди відкритим та орієнтованим на масового споживача (групового адресата);

–полемічність, адже текст медіа дискурсу орієнтований на створення певного протиріччя із подальшою дискусією;

–інсценування і масова спрямованість, адже текст медіа дискурсу впливає на декілька соціальних груп одночасно;

–інформаційна глобальність та всеохопність;

–важливе місце в геокультурній картині світу.

Якщо предметною областю медіа дискурсу є політика, то такий медіа дискурс стає політичним.

Політичний медіа дискурс є окремим різновидом дискурсу, що поєднує в собі характерні особливості суто медіа дискурсу та політичного дискурсу. Ефективність тексту політичного медіа дискурсу визначається тим, наскільки вправно мовець як продуцент такого тексту вміє «грати» на потрібних «струнах» свідомості адресата [7, с. 220]. Саме тому, текст політичного медіа дискурсу завжди спрямовується на конкретного адресата.

Яскравим прикладом актуалізації у тексті політичного медіа дискурсу певного смислу за допомогою лексико-граматичного контексту є вживання дейктичних мовних одиниць, зокрема особових займенників. Часто вживані в англійському політичному медіа дискурсі особові займенники *you, we, they*, актуалізуючи різні свої значення (зокрема, інклюзивність), дозволяють створювати ілюзію позитивності та об'єктивності представленої інформації.

Серед часто вживаних синтаксичних мовних засобів особливе місце займають реченнєві структури, представлені риторичним запитанням і питанням, що має форму розповідного речення. Уживання таких мовних одиниць не лише створює ілюзію діалогічності спілкування, а й забезпечує навіювання або нав'язування адресатові потрібної для мовця думки чи ідеї, а також слугує значному послабленню категоричності тексту.

Текст політичного медіа дискурсу пропагує певні ідеї або думки, що обов'язково передбачає здійснення емоційного впливу на адресата задля спонукання його до конкретних політичних дій. Тому аналіз змісту такого тексту має включати і з'ясування його прагматичних характеристик, адже політичний медіа текст завжди спрямований на здійснення прагматичного ефекту на адресата [3, с. 31], забезпеченого реалізацією відповідної комунікативної стратегії.

Список використаних джерел:

1. Велівченко В.Ф. Основи лінгвопрагматики. Навчальний посібник для студентів старших курсів вищих навчальних закладів. –Черкаси: ФОП Гордієнко Є.І., 2017. – 260 с.
2. Желтухина М.Р. О содержании дискурса масс-медиа / М.Р. Желтухина // Вісник Луганського пед. ун-ту ім. Т. Шевченка. Серія «Філологічні науки». – Луганськ, 2007. – № 11(128), Ч. 1. – С. 27–40.
3. Иванова С.В. Политический медиа-дискурс в фокусе лингвокультурологии / С.В. Иванова // Политическая лингвистика. – 2008. – №1. – С. 29–33.
4. Корольов І.Р. Поняття дискурсу в сучасному мовознавстві: визначення, структура, типологія / І.Р. Корольов // Studia Linguistica: 36. наук. праць КНУ ім. Тараса Шевченка. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2012. – Вип. 6. – 285–305.
5. Кубко В.П. Документна лінгвістика / В.П. Кубко. – Одеса : ОНПУ, 2009. – 81с.
6. Лингвистический энциклопедический словарь/ гл. ред. В.Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 685с.
7. Павлуцька В.О. Політичний дискурс: особливості та функції / В.О. Павлуцька // Вісник Житомирського державного університету. Випуск 39. Філологічні науки. – Житомир, 2008. – С.218–221.

8. Петренко І.І. Політичний дискурс: зміст, особливості, функції / І.І. Петренко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Філософія. Політологія. – Київ, 2010 – №100. – С. 54–57.

9. Черниш О.А. Сутнісні характеристики понять «медіадискурс» та «медіатекст» у сучасній медіалінгвістиці / О.А. Черниш // Наукові записки. Серія: Філологічні науки (мовознавство). – Житомир, 2013. – №118. – С. 309-313.

Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к. філол. н., доцент Велівченко В. Ф.

В. Ю. Матвієць

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ТЕОРІЯ МОЖЛИВИХ СВІТІВ: ЛІТЕРАТУРНИЙ АСПЕКТ

Уявлення про те, що в теперішнього може бути не один, а декілька напрямків розвитку в майбутньому існувало в культурі завжди. Однак у ХХ ст. воно набуло особливої актуальності у зв'язку із появою загальної теорії відносності, із уявленням про те, що час – це четвертий вимір і тому ним можна рухатися, як і простором [5, 220].

Поняття можливих світів має логіко-філософське походження. Г. В. Лейбніц першим ужив термін «можливі світи» та розвинув ідею їх створення у своїх працях «Теодицея» та «Монадологія». Дослідник уважав, що Бог створив безліч світів, але розвиває й вдосконалює лише один із них – дійсний. Можливі світи – це набір альтернатив, з яких Бог вибирає одну; існує багато світів, серед яких є один дійсний світ, у якому ми живемо, а всі решта є можливими. Інакше кажучи, можливий світ – це такий світ, у якому об'єкти дійсного світу мають інші властивості та/або такий світ, у якому є об'єкти, відмінні від дійсних. Дійсні об'єкти могли б бути іншими, ніж вони є, а неіснуючі об'єкти могли б існувати. Можливий світ має безпосередні або опосередковані зв'язки з реальною дійсністю [див. 2,5].

Сьогодні теорія можливих світів є адаптацією вчення Г. В. Лейбніца, яку розробили філософи аналітичної школи С. Кріпке, Д. Льюїс, Н. Решер, Я. Хінтіка як засіб для розв'язання проблем формальної семантики. Основним постулатом теорії є положення про те, що реальність є всесвітом, який складається з великої кількості різноманітних елементів. Реальний світ виступає центральним елементом, а все, що знаходиться поза його межами, належить до можливих світів [див. 1, 21].

Розроблені у філософії та логіці основні положення теорії можливих світів з часом набули широкої популярності і почали використовуватись у різних галузях науки, зокрема в лінгвістиці та літературознавстві.

Семантика можливих світів художнього тексту представляється як семантика просторово-часових світів, існування чи відсутність взаємної співвіднесеності яких створює у творі те, що прийнято називати ситуаційними можливими світами. Типи можливих світів художнього тексту визначаються жанровою специфікою самого тексту. Виокремлюють художні світи, які зображують реальні історичні події (історичні романи, хроніки); художні світи, які відбивають такий стан речей, що, навряд чи може бути реальним (художні оповідання, новели, романи), та художні світи, які не відбивають реальність (казки, легенди) [3, 143]. Можливі світи художнього тексту характеризуються не лише різноманітністю просторово-часових відношень, обумовлених композиційними і сюжетними особливостями твору, а і проникненням у психологічну сутність персонажу із наступним її відтворенням у реальних (у художньому розумінні) об'єктах та подіях [4, 125].

Існує декілька варіантів організації можливих світів героя художнього твору: 1) у певний конкретний момент часу герой може існувати лише в одному світі, тобто коли він існує у світі А, він відсутній в усіх інших; 2) у «можливому» для героя світі В, відмінному від його «реального» світу А, він отримує інше тіло (тіло свого двійника зі світу В), частково схоже на своє справжнє; його справжнє тіло продовжує існувати у «реальному» світі А (наприклад, тіло

перебуває у комі), душа двійника героя у світі В зникає на час перебування у його тілі душі героя зі світу А; 3) в одному тілі «проживають» душі героя з кількох можливих світів, відбувається «роздвоєння» особистості [6].

Список використаної літератури:

1. Александрук І.В. Роль теорії можливих світів у сучасній лінгвістиці / І.В. Александрук // Проблеми семантики слова, речення та тексту : зб. наук. праць. – К. : Вид-во Київськ. держ. лінгв. ун-ту, 2012. – Вип. 28. – С. 21–26.
2. Бабушкин А.П. «Возможные миры» в семантическом пространстве языка / А.П. Бабушкин. – Воронеж : Воронежский государственный университет, 2001. – 86 с.
3. Бунь О.А. Художній текст крізь призму можливих світів: модально-референційний аспект / О.А. Бунь // Вісник КНЛУ. – К. : КНЛУ, 2002. – Т.5. – С. 141–148.
4. Кагановська О.М. Теорія можливих світів в аспекті авторсько-персонажного подання / О.М. Кагановська // Науковий вісник кафедри Юнеско КНЛУ. Серія Філологія. – К. : Вид-во Київськ. держ. лінгв. ун-ту, 2015. – Вип. 30. – С.125–134.
5. Руднев В.П. Словарь культуры XX века / В.П. Руднев. – М.: Аграф, 1999. – 384 с.
6. Ryan M. From Parallel Universes to Possible Worlds: Ontological Pluralism in Physics, Narratology, and Narrative [Електронний ресурс] / М. Ryan. – Режим доступу : <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.121.9029&rep=rep1&type=pdf>

Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к. ф. н., доцент Павкін Д. М.

А. С. Осінчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НЕМОВНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЇ СТРАХ (НА МАТЕРІАЛІ ХУДОЖНЬОГО АНГЛОМОВНОГО ТЕКСТУ)

Немовні засоби комунікації (далі НЗК) – це елементи комунікативного коду, які мають немовну (але знакову) природу і разом із засобами мовного коду слугують для створення, передавання і сприйняття повідомлень [1, 59].

Дослідження НЗК не менш важливе у сучасній лінгвістиці, ніж вивчення мовних засобів комунікації, адже саме НЗК у міжособистісному спілкуванні несуть від 60 до 80 % інформації. Це означає, що більша частина спілкування здійснюється без участі засобів мовного коду [1, 59].

Однією з основних функцій НЗК є вираження емоцій. Емоція – це переживання, яке мотивує, організовує і направляє сприйняття, мислення та дії людини [2, 20]. Найсильнішою негативною емоцією вважається страх. Він зумовлений прямо або непрямо отриманою інформацією про реальну або уявну небезпеку чи очікувану загрозу. Людина переживає страх у ситуаціях, що сприймаються як такі, в яких під загрозу поставлено її спокій або безпеку [2, 209].

Ця стаття присвячена НЗК, які виражають емоцію страху. Матеріалом нашого дослідження слугувало 200 фрагментів тексту з художніх англомовних творів, що містять опис комунікативних ситуацій, де співрозмовники виражають страх за допомогою НЗК. Відбір прикладів проводився методом суцільної вибірки із романів К. Маккалоу та Дж. Мойєс, загальним обсягом 1184 сторінки.

У 68 фрагментах тексту, що становить 34% від загальної кількості фактичного матеріалу, страх виражається мімікою комуніканта. Він блідне, заплющує або, навпаки, широко розплющує очі, підіймає брови. Наприклад:

As they followed the upward rise of the cane above her own hands Meggie's eyes closed involuntarily, so she did not see the descent (1, 34), де Меггі заплющує очі, побачивши черницю з палицею, якою вона збирається вдарити Меггі.

Страх може виражатися за допомогою жестів (42 випадки вживання, або 21%). Це зазвичай повторювані рухи пальцями рук, які свідчать про напруження та знервованість. Наприклад:

She stared up at the nun in suffocated fear, her hands clenching and unclenching on the desktop (1, 37), де Меггі від страху, що черниця покарає її, стискає і розтискає пальці рук.

У 34 фрагментах тексту, що становить 17% від загальної кількості нашого фактичного матеріалу зафіксовано підсвідомі кінестетичні сигнали. Людину переважно трясє від страху або в неї дрижать руки чи ноги. Наприклад:

Above Agnes's smooth broad brow there was nothing; no head, no baldskull. Just an awful, yawning hole. Shivering in terror, Meggie leaned forward to peer inside the doll's cranium (1, 9), де Меггі здригається від страху після того, як брати відібрали в неї ляльку і відірвали їй частину голови.

Страх може виражатися фонаційними НЗК (22 випадки вживання, або 11%). Це здебільшого тихий, тремкий голос. Наприклад:

'I – I'm Lou.' My voice, uncharacteristically tremulous, broke into the silence. I wondered, briefly, whether to hold out a hand and then, remembering that he wouldn't be able to take it, gave a feeble wave instead (2, 90), де Луїза знайомиться зі своїм роботодавцем, її голос тремтить, видаючи страх.

Екстралінгвістичні НЗК зафіксовані у 18 фрагментах тексту, що становить 9%. Це зазвичай паузи, коли людині від страху перехоплює подих. Наприклад:

Meggie opened her mouth and vomited all over the front of Sister Agatha's habit. There was a horrified intake of breath from every child in the room (1, 37), де дітям від страху перехоплює подих після того, як Меггі змудило від хвилювання на одяг черниці.

У 16 фрагментах тексту, що становить 8% страх виражається за допомогою проксеміки. При цьому комуніканти зазвичай збільшують відстань між собою і тим, хто його налякав. Наприклад:

He flinched, his eyes snapping open, just inches from my own. 'I'm sorry,' I said, jumping back (2, 216), де Луїза відскакує від хворого, коли він неочікувано розплющує очі.

Види НЗК, які виражають страх та частотність їх вживання, представлено у таблиці 1.

Таблиця 1

НЗК, що виражають страх

Вид НКЗ	Кількість	
	В абсол. числах	У відсотках
Кінесичні	144	72
- Міміка	68	34
- Жести	42	21
- Підсвідомі кінестетичні сигнали	34	17
Фонаційні	22	11
Екстралінгвістичні	18	9
Проксемічні	16	8
Разом	200	100

Отже, у нашому фактичному матеріалі страх найчастіше виражається за допомогою мімічних НЗК. Найменш представленими є проксемічні.

Список використаної літератури:

1. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики / Ф. С. Бацевич. — К. : Видавничий центр «Академія», 2004. — 344 с.
2. Изард К. Э. Психология эмоций / К. Э. Изард [перев. с англ. А. М. Татлыбаевой]. — СПб. : Издательство «Питер», 2007. — 464 с.

Список джерел фактичного матеріалу:

1. McCullough, C. *The Thorn Birds* / C. McCullough. — NY. : Avon Books, 1979. — 704 p.
2. Moyes, J. *Me Before You* / J. Moyes. — L. : Penguin Books, 2012. — 480 p.

Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к. філол. н., доцент Голубнича О. І.

СЛОВНИК-ТЕЗАУРУС АНГЛІЙСЬКОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ: ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНЦІЯ

Сучасна англійська мова використовується в різних сферах суспільного життя. Величезна кількість слів, що прислуговує нині у багатьох галузях – це слова-терміни, засвоєні англійською мовою в процесі економічного, політичного, культурного, міжнаціонального й міжнародного спілкування.

Маючи складну внутрішню семантичну структуру, термін є єдиною самостійною одиницею найменування. Згідно з трактуванням В.М. Овчаренка, термін – це одиниця природної або штучної мови (слово, словосполучення, абрєвіатура, символ, сполучення слова й букв-символів, сполучення слова й цифр-символів), що має в результаті стихійно сформованої або особливої свідомої колективної домовленості спеціальне термінологічне значення, що може бути виражено або в словесній формі, або в тому чи іншому формалізованому вигляді й досить точно й повно відображає основні, істотні на певному рівні розвитку науки й техніки ознаки відповідного поняття [2, с.93]. Термін – слово, яке обов'язково співвідноситься з певною одиницею відповідної логіко-понятійної системи в плані змісту. В нашій роботі ми розглядаємо терміносистему маркетингу, що перебуває в стані постійного оновлення.

Англійській маркетинговій термінології властиві аналогічні до лексико-семантичної системи мови принципи системності. Сукупність термінів маркетингу розглядаємо як термінологічне поле, тобто парадигму співвіднесених номінативних термінологічних одиниць відповідної галузі знань, об'єднаних гіперсемою «співвіднесеність із маркетинговою діяльністю» [6, с. 11]. Для будь-якої термінології характерною рисою є ієрархічність [1, с. 72]. І маркетингова термінологія не є виключенням, оскільки місце кожного терміна в системі є фіксованим як в межах однієї і тієї ж категорії, так і за її межами. На основі семантичної та функціональної єдності терміни різних категорій обмежуються певною тематичною групою. У загальному вигляді терміносистему маркетингу можна представити як лексико-семантичне поле, що являє собою сукупність різних за характером груп термінів чи мікрополів, що перекривають одне одного [5, с. 80].

Центральним поняттям нашого словника-тезауруса є домен КОНКУРЕНЦІЯ. Поняття конкуренція (*competition, fight, battle, attack, rivalry*), можна визначити як суперництво, боротьбу між виробниками товарів та послуг за кращі, економічно вигідні умови виробництва та реалізації продукту [4, с.123]. Економічна конкуренція (конкуренція) – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибрати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку [3, с. 271]. В нашій роботі пропонуємо і такі синонімічні домени, як боротьба (*battle*), битва (*fight*), атака (*attack*) та суперництво (*rivalry*).

В ході створення словника-тезауруса було виокремлено різні види словосполучень для позначення понять: субстантивні (*brand competition* – конкуренція брендів, *retail competition* – конкуренція в роздрібній торгівлі), дієслівні (*to lean toward competition* – заохочувати конкуренцію, *to curb competition* – обмежити конкуренцію, *to gear up for battle* – готуватися до боротьби), предикативні (*battle is looming* – битва наближається, *competition widens* – конкуренція розповсюджується, *competition dissipates* – конкуренція руйнує, *rivalry heats up* – конкуренція посилюється), прийменникові (*the degree of rivalry* – ступінь конкуренції, *the maintenance of competition* – захист конкуренції). Серед цих словосполучень зустрічаються синонімічні та антонімічні вирази.

Таким чином, можна зробити висновок, що одним із основних завдань сучасної термінології є створення словників-тезаурусів термінологічних понять, які дадуть змогу систематизувати знання, полегшити процес навчання та будуть корисними для перекладачів, маркетологів та бізнесменів.

Список використаної літератури:

1. Жаботинская С. А. Онтологии для словарей-тезаурусів: лингвокогнитивный подход / С. А. Жаботинская // Філологічні трактати. Сумський ДУ, ХНУ, 2009. – № 2. – Том 1. – С. 71-87.
2. Овчаренко В.М. Термины, аналитическое наименование и номинативное определение / В.М. Овчаренко // Современные проблемы терминологии в науке и технике. – М.: Высшая школа, 1969. – С. 91–121.
3. Панасенко Д.А. Конкурентоспроможність підприємства: сутнісна та функціональна характеристики / Д.А. Панасенко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2012. – № 727. – С. 270-276.
4. Пуцентейло П. Конкуренція як економічна категорія / П. Пуцентейло // Економіка АПК. – 2013. – № 4. – С. 122-126.
5. Радченко О. Ю. Концептуальна метафора в терміносистемі маркетингу (на матеріалі англійських текстів): дис. кандидата філол. наук : 10.02.04 / Радченко Олена Юріївна. – Черкаси, 2012. – 314 с.
6. Шапран Д. П. Сучасна українська термінологія маркетингу: семантика та прагматика : Автореф. дис... канд. філол. наук : 10.02.01 / Д. П. Шапран; Дніпропетр. нац. ун-т. – Д., 2005. – 19 с.

Науковий керівник: доцент кафедри практики англійської мови, к. філол. н., доцент Радченко О. Ю.

А. С. Тютюнник

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

АРХЕТИПНИЙ АНАЛІЗ ТЕКСТУ

Нині література дедалі частіше звертається до аналізу досвіду поколінь та культурної спадщини минулого. У сучасній інтерпретації архетипні образи, характери й теми в поєднанні з культурними концептами сьогодення набувають якісно нового звучання і виступають знаковою рисою літератури кінця ХХ – початку ХХІ століття [7, 241].

Архетипами (з грец. праобраз, праформа) в літературній критиці вважаються образи, характери, теми та інші літературні феномени, які є у літературі з часу її виникнення, постійно відновлюючись у процесі її розвитку. Літературна критика запозичила цей термін, пов'язаний насамперед з іменами Дж. Фрезера й К. Г. Юнга, із культурної антропології та з психології [7, 241].

Концепцію архетипів розвинув у царині порівняльного літературознавства канадський учений **Нортроп Фрай** (1912-1991) – один із найвідоміших представників західної компаративістики. Згідно з ідеями дослідника архетипна взаємопов'язаність літературних творів дає змогу встановити оригінальність автора й забезпечує літературі її комунікаційну силу впродовж століть.

За Н. Фраєм, первинним ядром літератури є міф, який на певному витку постійної циркуляції повертається до себе самого [3]. Історія літератури – постійне коло повернень, сюжети – це варіації обмеженої групи формул, сюжетів, присутніх уже в примітивній культурі.

Фактично, Н. Фрай ототожнює міф і літературу, вбачаючи між ними лише хронологічні відмінності: література виникає з міфу, міф – архетип літератури. Його порівняльний аналіз різноманітних літературних творів спрямований на виявлення в них єдиної міфологічної першооснови [3].

Однією з найголовніших характеристик архетипу є його глибинна спорідненість зі структурами людської психіки на рівні колективного несвідомого та архетипної пам'яті, яка синтезує соціальний та індивідуальний досвід суспільства й завдяки творчій фантазії письменників репрезентується в художніх творах [4, 5]. Архетип розглядається як потужний міфопоетичний символ, що має спільне значення для більшої частини людства. Система основних архетипних символів зумовлена певним типом світобачення, який характерний для певної спільноти [1, 4].

Дослідниці О. О. Селіванова та М. Б. Лановик зазначають, що зміст архетипів може бути універсальним й етнокультурним [8, 39], оскільки в кожній національній культурі є власна

система цінностей, власне уявлення про ідеального героя, власний міф про золотий вік, зафіксовані в історичній пам'яті [6, 153]. Н. Фрай уважав, що різні архетипи чи їхні групи не рівнозначні за своїм поширенням і функціонуванням. Серед них існує визначена група «світових» архетипів, закорінених у людській психіці, пов'язаних із загальним досвідом, зрозумілих кожному. Проте є й інша група архетипів, які, на відміну від першої, фіксують не універсальну пам'ять людства, а досвід окремої нації, культури, міфології [6, 153].

Архетип має здатність проявлятися у різних формах залежно від історичного періоду розвитку людства. Архетип розглядається як психічна структура, що лежить в основі символіки міфів, казок і художніх текстів. На думку К. Г. Юнга, архетип є основним, хоча й несвідомим, засобом передавання найважливішого людського досвіду від покоління до покоління [2, 13]. К. Г. Юнг трактував архетипи як вроджені моделі розуміння, що містяться у несвідомому людини, а колективне несвідоме – як сховище спадкової пам'яті, образів та символів, закріплених тисячоліттями психічної еволюції людини.

Оскільки архетип трактується як регулятивний принцип формування творчо оформленого матеріалу, в якому він втілюється, архетипи можливо реконструювати крізь призму художнього твору. Архетип сам по собі є нейтральним, набуваючи певних характеристик тільки, коли проходить через людську свідомість [2, 9].

Закоріненим в універсальних культурних архетипах є феномен ляльки та, відповідно, її образ у міфах, фольклорі чи сучасній літературі. У літературних творах образ ляльки уособлює маленьке створіння, символічний гомункул, маленьке життя [5]. Науковець Г. М. Кирдяшкіна переконана, що це символ того, що приховано в людях. Іншими словами, лялька як архетипний образ уособлює частинку людської душі. Лялька виражає людський дух, голос внутрішнього розуму, внутрішнє знання і внутрішню свідомість [5]. Фактично, на ляльку проєктується певна субособистість із притаманними їй психічними функціями, тому феномен ляльки пов'язаний з тими чи тими структурами позасвідомого. Ці риси ляльки безперечно відбиті в її літературних образах, тож одним із можливих видів аналізу є дослідження архетипного підґрунтя цих образів.

Відомо, що архетипи залишаються безмістовними, допоки вони не проникають у свідомість та не заповнюються культурним змістом досвіду. Отже, архетипи можна розглядати як ключ до розуміння людської психіки та культури, у той час як архетипні образи постають точкою відліку у виявленні змісту структур позасвідомого.

Список використаної літератури:

1. Агеєва В. О. Інтеграція архетипної і стереотипної символіки у семантичній структурі лексем fire і вогонь / В. О. Агеєва // Проблеми семантики слова, речення та тексту : зб. наук. праць / відп. ред. Ніна Миколаївна Корбозерова. – К. : Видав. центр КНЛУ, 2013. – Вип. 31. – С. 3-9.
2. Архетипна критика американської літератури : [навч. посібник] / В. В. Зіневич, Ю. Р. Матасова, С. М. Пригодій, І. В. Яковенко. – Сімферополь : Кримський Архів, 2008. – 256 с.
3. Архетипна та міфологічна критика [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uastudent.com/arhetyrna-mifologichna-krytyka/>.
4. Дуброва О. В. Архетипна пам'ять та її семіотичні відповідники у творах Волта Вітмена та Богдана-Ігоря Антонича : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : спец. : 10.01.05 "Порівняльне літературознавство" / О.В. Дуброва. – Дніпропетр., 2010, – 24 с.
5. Кирдяшкіна Г. М. Кукла как архетип женского начала [Электронный ресурс] / Г. М. Кирдяшкіна. – Режим доступа : <https://solncesvet.ru>
6. Лановик М. Б. Розвиток концептів "символ", "архетип" і "міф" у теоретико-літературних дослідженнях науки про переклад / М. Б. Лановик // Вісник Житомирськ. держ. ун-ту ім. І. Франка. – 2005. – № 22. – С. 150–155.
7. Петрусь О. В. Архетипний аналіз наративної організації роману Пітера Акройда "Журнал Віктора Франкенштейна" [Текст] / О. В. Петрусь // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. Володимира Гнатюка. Сер. Літературознавство. – 2016. – Вип. 44. – С. 241–246.
8. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / [О. О. Селіванова]. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.

Науковий керівник: доцент кафедри англійської філології та методики навчання англійської мови, к. ф. н., доцент Кресан О. Я.

**НІМЕЦЬКА ФІЛОЛОГІЯ
ТА МЕТОДИКА
НАВЧАННЯ НІМЕЦЬКОЇ
МОВИ**

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ НІМЕЦЬКИХ ОЙКОНІМІВ

Дефіцит наукових праць, присвячених німецьким ойконімам, зберігся також у сучасному мовознавстві. Кожна географічна назва – історія, яка виражена засобами мови [1, 287]. Об'єктом дослідження є топоніми німецької мови, а саме ойконіми, як підсистема ономастичної лексики, яка займає одну з центральних «ніш» лексичної системи.

Вивчення ойконімів має виняткове значення для географічної науки, адже вони є важливим джерелом інформації про географічне середовище, історію, культуру, населення, мовні особливості досліджуваної території [1, 287].

Актуальність даного дослідження визначається неослабним інтересом філологів, істориків, географів до топонімічної лексики в цілому і, зокрема, до ойконімів, які є найменуваннями населених пунктів і являють собою один з найважливіших і найуживаніших розрядів іменувань об'єктів топонімічного простору [2]. Як вітчизняні, так і зарубіжні лінгвісти приділяли і приділяють достатньо багато уваги всім аспектам топонімічної лексики. Однак слід зазначити, що інтерес зарубіжних дослідників мови спрямований перш за все на опис регіонального топонімічного матеріалу, про що свідчить цілий ряд робіт з даного питання (Ф. Баран, К. Каземір, Е. Крістман, Ф. Крамер, Р. Фішер, Х. Франк, Х. фон Гагов, Р.-Г. Хаймрат, Х. Кауфман, Л. Райхард, В.-А. фон Райценштайн, Г. Шлімперт, У. Зібер, Г. Тішнер, С. Вауер, В.-Д. Цернике (Німеччина); П. Візінгер, Р. Ройтнер, К. Ноензіндер, Ф. Опль, Е. Бертоль-Раффін (Австрія); М. Арнет, А. Бурри, Б. Дітла, Г. Вальх, Б. Цендер, І. Штайнер, П. Цінзлі, Д. Фрейданк (Швейцарія) [1, 287; 2].

Ойконіми – це назви великих міст, які є духовно-культурними, економічними центрами, що і визначає їх роль(значення) в суспільстві [3]. Такі топоніми можуть перетворюватися в назви установ, вулиць, різних предметів і слів. Вони дають народження новим німецьким прізвищам, іменам, словам, які отримують своє власне життя і часто застосовуються в стійких словосполученнях, які згодом характеризують предмети і явища, далекі від географічних імен. Для топонімів характерна **складна семантика**, в якій сховані різні соціальні, культурні, історичні та навіть міфологічні складові:

1. Величезну кількість топонімічних ойконімів Німеччини утворюють водойми: *Reichenbach im Kandertal* (Райхенбах в Кандерталі), *Faulensee* (Фаулензе), *Offenbach am Main* (Оффенбах на Майні), *Haibach an der Donau* (Хайбах на Дунаї), *Lorelei-Bach am Rhein* (Струмок Лорелей на Рейні) [3].

2. Німецькі міста мають такі семантичні (особливі) ознаки, на базі яких вони утворилися:

а) характеристики за віковими та часовими параметрами: *Alt Schwerin* (Старий Шверін (Альт-Шверін)), *Neuenhaus* (Ноєнгаус), *Neuenburg am Rhein* (Ноєнбург на Рейні), *Neudrossenfeld* (Нойдроссенфельд) [3].

б) параметри за розмірами населених пунктів: *Groß-Zimmern* (Грос-Циммерн), *Fusch an der Großglocknerstraße* (Фуш-ан-дер-Гросглокнерштраße) [3].

в) емоційна оцінка міста: *Freudenberg* (Фройденберг), *Glückstadt* (Глюкштадт) [3].

г) кольорові характеристики, тісно пов'язані з місцевими пам'ятками: *Rot am See* (Рот-ам-Зе), *Rothenklempenow* (Ротенклемпенов), *Schwarzenbach* (Шварценбах (Верхній Пфальц)), *Weissenburg* (Вайссенбург), *Grünenbach* (Грюненбах) [3].

д) місце розташування, обумовлене наявністю різних кліматичних умов, природних явищ, сторін світу: *Windhof* (Віндхоф (Віхровіце)), *Sonnenhalb* (Зоненхальб), *Winterhur Nordbach* (Винтерхур Нордбах), *Mondhalb* (Мондхальб) [3].

е) характеристика об'єкта, пов'язана з його географічною висотою: *Bodensdorf* (Боденсдорф), *Niedererlinsbach* (Нідерерлінсбах), *Rosbach vor der Höhe* (Росбах-фор-дер-Гьое) [3].

3. Найпоширеніший тип рослинності в країнах Центральної та Східної Європи – це ліси. Спочатку майже вся територія Німеччини була покрита лісами. Цей історичний факт також знайшов своє відображення в ойконімії: *Buchenwald* (Бухенвальд), *Lindau* (Ліндау), *Fichtelgebirge* (Фіхтельгебірге) [3].

4. Всі географічні назви містять в собі інформацію про вдачі і звичаї, про світогляд народу, які тут жили, про їхній побут і господарство. Ойконіми, в яких відображена трудова діяльність людей містять такі значення назв:

а) будинків: *Groß-Zimmern* (Грос-Циммерн) [3].

б) вулиць і доріг: *Fusch an der Großglocknerstraße* (Фуш-ан-дер-Гросглокнерштрассе), *Strass im Zillertal* (Штрасс-ім-Ціллерталь) [3].

в) полів і сільськогосподарських угідь: *Oberentfelden* (Оберентфельден), *Marktheidenfeld* (Марктгайденфельд), *Feldberg* (Фельдберг) [3].

г) торговельних площ, ринків і ярмарків: *Frankenmarkt* (Франкенмаркт), *Altenmarkt im Pongau* (Альтенмаркт-ім-Понгау) [3].

5. Стародавні німці раніше селилися великими сім'ями, і їх поселення являли собою величезні скупчення будинків і господарських будівель. Ось чому велика частина назв поселень були пов'язані саме зі словами «будинок», «житло» – «*Haus*», «*Heim*», вони збереглися до наших днів: *Haßmersheim* (Гасмерсгайм), *Heidenheim an der Brenz* (Гайденгайм-ан-дер-Бренц), *Frauenheim* (Фрауенгайм) [3].

6. З розвитком феодального ладу і з економічним прогресом чисельність і щільність населення Німеччини значно збільшилася. Для позначення таких, великих поселень, починає використовуватися слово «*Dorf*» – «село». Перші згадки ойконімів, що закінчуються на *-dorf* (*Albertsdorf* (Альбертсдорф), *Bernsdorf* (Бернсдорф), *Erkenbertsdorf* (Еркенбертсдорф)) відносяться ще до VIII століття. Топоніми, які закінчуються словом *-dorf* зустрічаються сьогодні по всій території Німеччини, а також існують в Австрії і Швейцарії (*Bassersdorf* (Бассерсдорф), *Almdorf* (Альмдорф), *Bodensdorf* (Боденсдорф)) [3].

7. Цікаву історичну семантику мають ойконіми з компонентом *-burg*. Вони пов'язані з епохою лицарів: *Oldenburg* (Ольденбург), *Pantenburg* (Пантенбург) [3].

8. Ще однією важливою рисою німецьких топонімів є географічні назви, пов'язані з релігією. В основу назв деяких німецьких міст лягли імена різних святих, назви обрядів і релігійних свят, церковних місць: *Sankt Martin* (Санкт-Мартін), *Sankt Augustin* (Санкт-Августін), *Münster* (Мюнстер). В німецьких ойконімах практично всі назви пов'язані з іменем Діви Марії: *Марієнберг*, *Марієндорф*, *Марієнгеім*, *Марієнталь* [3].

9. У класі антропонімів ойконімотвірною функцією наділялися прізвища та власні імена осіб, які мали безпосередній стосунок до створення поселення або як засновників, або як володарів. Це досить численний клас твірних одиниць. З прізвищами співвідносяться ойконіми *Енгельгардт*, *Фінгергут*, *Фрізе*, *Шмідт*, *Краузе*, *Келлер*, *Ментейх*, *Міци*, *Міллер*, *Тіссен*, *Фіц*, *Шицле*, *Клюндт* та багато ін. Власні імена відображені в ойконімах *Отто*, *Пауль*, *Петере*, *Елізабетгоф*, *Густавхауз*, *Людвігсталь* та ін. Такі назви досить поширені в Німеччині, вони закріплюються за невеликими поселеннями, у зв'язку з чим можна говорити якщо не про переносний їх характер, то про створення за зразком, про відтворення ойконімичних форм [3].

Таким чином, ойконіми є дуже інформативною і цінною лексикою, що має дуже змістовний культурний, історичний, географічний фон. Багато з них володіють складною структурою та семантикою, можуть бути виражені не тільки власними іменами, а й словосполученнями. Вивчаючи німецьку мову просто необхідно приділити особливу увагу вивченню німецьких ойконімів та їх класифікації.

Список використаної літератури:

1. Войт – Лонгус Е. В. Семантика німецьких ойконімів, перифраз і топонімів / Е. В. Войт – Лонгус // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://multiurok.ru/files/siemantika-niemietkikh-oiikonimov-pierifraz-i-toro.html>

2. Жучкевич В. А. Общая топонимика / В. А. Жучкевич. – Минск : Высшая школа, 1980. – 287 с.

3. Мерцалова Г. М. Однословные ойконимы стран немецкого языка как объект фонологического исследования / Г. М. Мерцалова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.dslib.net/germanskie-jazyki/odnoslozhnye-oykonimy-stran-nemeckogo-jazyka-kak-obekt-fonologicheskogo.html>

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Снісар А. В.

А. О. Білоус

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РЕКЛАМНИЙ ДИСКУРС ЯК СКЛАДОВА ЧАСТИНА МОВНОЇ КАРТИНИ СВІТУ ЛЮДИНИ (НА МАТЕРІАЛАХ НІМЕЦЬКОМОВНОЇ РЕКЛАМИ)

У сучасному світі важливим різновидом масової комунікації є реклама. Це невід'ємна частина повсякденного життя, тому її вивченню приділяється велика увага.

У вітчизняній і зарубіжній лінгвістиці значна увага приділяється вивченню різних аспектів функціонування реклами, насамперед мовних особливостей рекламного тексту та рекламного дискурсу [3, 228], а саме: А. М. Гуска, Л. О. Іванова, А. В. Кунин, М. Ю. Лихобабін, Т. О. Пічкур, Б. С. Разумовський, А. Buhofer, Н. Burger, А. Dittgen, W. Fleischer, А. Hemmi, N. Janich, А. Sialm, В. Sovinski, та ін.

У новітніх лінгвістичних дослідженнях у центр уваги потрапляє рекламний дискурс. Під рекламним дискурсом розуміємо мисленнєво-мовленнєвий феномен, що охоплює дві складові – комунікативну взаємодію у рекламі, спрямовану на просування товару або послуги на ринку мовними засобами за відсутності контакту комунікантів, з одного боку, та рекламний текст, з іншого. В основі такого розуміння рекламного дискурсу лежить процесуально-результативне лінгвістичне визначення дискурсу [1, 33]. Рекламний дискурс є одним із специфічних елементів конституції нормалістичної реальності. Він відображає усі трендові та модні імпульси сьогодення.

Специфічні риси рекламного дискурсу також можна виразити за допомогою формули Г. Лассвелла. У рекламному дискурсі говорить (хто?) підприємство-рекламодавець (кому?) потенційному споживачеві. У процесі комунікації вони продукують (що?) рекламний текст (як?) за допомогою природної мови через ЗМІ: газети, журнали, телебачення, інтернет тощо. Підприємство-рекламодавець спілкується зі споживачем (чому? навіщо?), щоб здобути його прихильність до товару або послуги. Вони спілкуються (де? коли?) на ринку споживчих товарів і послуг за умов відсутності безпосереднього часового та просторового контакту. Рекламний текст визначається як знаковий феномен, який складається як і з вербальних, так і з невербальних знаків у письмовій або усній формі, продукується у межах масової реклами та відображає інтенцію продуцента вплинути на реципієнта таким чином, щоб той придбав товар або скористався послугою [2, 32].

Ми розглядаємо рекламний текст як креолізований за О.С. Анісімовою, тобто такий, який передбачає взаємодію мовних та іконічних засобів (фотографій, малюнків, карикатур тощо). У центрі друкованого рекламного тексту, який є об'єктом нашого дослідження, знаходяться малюнок і рекламний слоган, які у взаємодії створюють атрактивне уявлення потенційного споживача про товар або послугу. Текст і малюнок мають формальний, семантичний та прагматичний зв'язок.

Рекламний слоган є найважливішою мовною складовою рекламного тексту, він становить центральне висловлення у рекламному тексті. Завдяки своїй стислості та лаконічності слогани посилюють вплив на адресата, спрощуючи процес запам'ятовування інформації [2, 32].

За типологією І. С. Шевченко і О. І. Морозової, які виділяють типи і підтипи дискурсу за формальними, функціональними та змістовними критеріями, рекламний дискурс можна віднести до:

– письмового або усного – за критерієм форми;

- монологічного – за видом мовлення;
- інституційного – за адресатним критерієм, в якому адресат та/або адресант виступають як представники певних соціальних інститутів;
- аргументативного – за комунікативними принципами;
- підліткового, людей похилого віку, жіночого, чоловічого, мешканців міста, села тощо – за соціально-демографічними критеріями;
- інформативного – за функціональною й інформативною складовими, який, у свою чергу, може бути емотивним, оцінним та директивним;
- неофіційного – за жанрами і реєстрами мовлення [3, 230].

Залежно від конкретизованих цілей виокремлюються такі види реклами:

- інформувати про новий продукт – ввідна/інформативна реклама (Einführungswerbung): „Die erste LIMO von granini!“;
- нагадати про продукт – нагадувальна реклама (Erhaltungs- oder Erinnerungswerbung): „Der Geschmack der Freiheit. NESTEA“;
- протиставити товар конкурентному – стабілізаційна реклама (Stabilisierungswerbung): „Hoffentlich bremsen bald alle Autos selbständig ab. Mercedes-Benz weist den Weg“;
- розширити ринок товару – експансійна реклама (Expansionswerbung): „Wechseln Sie jetzt zum Neuen Renault Clio!“;
- сформувати вибірковий попит – увідомлююча реклама: „Global denken, regional trinken. Deshalb Thüringer Waldquell“ [1, 61].

Основним каналом розповсюдження споживчої реклами є преса: газети й журнали розряду «споживча преса», каталоги, рекламні листівки, купони, зовнішня реклама, телебачення, радіо, кінематограф, пряма розсилка, а її цільовою групою – споживачі товарів та послуг усіх шарів суспільства [1, 65].

Отже, рекламний дискурс є «прагматичним дискурсом», на основі якого актуалізуються конкретні комунікативні стратегії. Прагматична спрямованість будь-якого рекламного тексту полягає в необхідності заохочувати споживача до відповідних дій. До завдань реклами можуть входити конкурси, анонси продуктів, почуття незадоволеності покупців, протидія конкуренції, пам'ять покупця про товар і розширення територій продажів.

Список використаної літератури:

1. Безугла Т. А. Англо- і німецькомовний рекламний дискурс : полікодовий лінгвопрагматичний підхід [Текст] : дис. ... канд. філол.наук: 10.02.04 / Безугла Тетяна Андріївна ; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2017. – С. 28-33.
2. Безугла Т.А. Лінгвопрагматичні й стилістичні властивості рекламного дискурсу / Т.А. Безугла // Вісник Харків. нац. ун-ту імені В.Н. Каразіна. Серія «Романо-германська філологія. Методика викладання іноземних мов». – 2013. – № 1052. – С. 31-36.
3. Романюк С.К. Типологічні особливості рекламного дискурсу / С.К.Романюк // Вісник Житомирського державного університету : зб. наук. праць. Серія «Філологічні науки». – Житомир, 2010. – Вип. 54. – С. 228-230.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н.,
доцент Овсієнко Л. О.

А. В. Бондаренко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МОЛОДІЖНИЙ СЛЕНГ У НІМЕЦЬКОМОВНОМУ ДІАЛОГІЧНОМУ ДИСКУРСІ

Молодіжний сленг є актуальним аспектом вивчення сучасної лінгвістики. Актуальність цього питання зумовлена тим, що лексикон сучасних молодих людей швидко змінюється і тому потребує постійного вивчення.

Щоб краще зрозуміти дане питання, потрібно спочатку розібратись у визначенні поняття «сленгу». Що ж таке «сленг»? Сленг – це нелітературна, невнормована і некодифікована додаткова лексична система, яка представляє експресивно-оцінні, найчастіше стилістично

знижені позначення загальновідомих понять і належить певній соціальній субкультурі; різновид соціолекту – соціально маркованої лексики певної суспільної групи (професійної, військової й ін.) у межах національної мови. Нерідко сленг має атрибути «молодіжний», «студентський», що значно звужує його значення. Сленг не є формою існування мови, оскільки не має власної специфіки фонетичного та граматичного рівнів і ґрунтується на закономірностях національної мови. Засоби сленгу синонімічні відповідним позначенням літературної та народно-розмовної форм існування мови. Сферою поширення сленгу до рівня інтержаргонізму є засоби масової комунікації (газети, журнали, телебачення, Інтернет), тексти художньої літератури. Термін «сленг» здебільшого ототожнюється з термінами «соціальний жаргон» і «різновид соціолекту» [4, 666].

Молодіжний сленг – це окремий пласт національної мови, який відображає рівень культури, освіченості, розвитку суспільства. Нині, він контрольований маскультурою, під вплив якої потрапляють різні категорії молоді [2].

Уперше цей термін було зафіксовано у 1750 році, що мав значення «мова вулиці». Сленг неодноразово ставав об'єктом низки лінгвістичних розвідок: І. В. Арнольд, А. Баррере, Е. М. Береговська, В. Дж. Бурк, І. Р. Гальперін, Є. А. Коломієць, Ч. Леланд, М. М. Маковський, Е. Партрідж, Т. А. Соловійова, С.Б. Флекснер та багато інших. Кожен із них досліджував термін «сленг» і його особливості.

Береговська Е. М. стверджує, що молодіжний сленг є найцікавішим лінгвістичним феноменом, існування якого обмежене не лише певними віковими рамками, але й соціальними, часовими та просторовими рамками. Він побутує у середовищі міської молоді – в окремих більше чи менше замкнених референтних групах [1, 32–41].

На думку лінгвіста Коломійця Є. А., «молодіжна мова є еліптичною: молоді люди, як правило, не вживають «зайвих» слів, що не мають суб'єктивної значимості. В їхній мові можна знайти немало прикладів натяків та недомовок. Основою побудови семантико-синтаксичної схеми висловлювання у молодіжній мові (як і у розмовній) є дієслово. Проте синтаксична будова висловлювань в усному мовленні представників молодіжних груп синтаксично спрощена до простого двоскладового чи односкладового речення» [3, 57–77].

Німецький молодіжний сленг є дуже цікавим лінгвістичним феноменом. За емоційним забарвленням сленг можна поділити на дві групи: позитивна лексика (*super – jug. fett; total gut – jug. endgei; spooky; pornös; endlaser; ultimaliv*) та негативна лексика: (*extrem – jug. krass; schluffig; kotig*) [5].

Часто слова та вирази мають яскраво виражене зневажливе забарвлення (*die Tussie, die Trulla, die Zicke – дурна дівчина; die Eule, der Besen, die Gans, die Schraube – некрасива дівчина*) [5]. Щоб образити та принизити своїх ровесників та оточення, молоді люди використовують такі сленгізми, які відносяться до:

- зовнішності людини (*der Kurze, der Nabelküsser – юнак невисокого зросту; der Pelzlümmel – юнак з довгим волоссям; der Stopfer, die Tonne – товстий чоловік, die Brillenschlange – людина в окулярах; die Schrumpelrose – стара жінка*) [5];
- рис характеру (*der Schlafli – лінивий хлопець, der Warmduscher, der Schmachti – чуйний чоловік, der Eisbeutel – черствий чоловік, der Kühlturm – холоднокровний чоловік*) [5];
- інтелектуальних здібностей (*der Denkwerg, der Diddl – дурень*) [5];
- професій (*der Bulle – поліцейський, der Lappenwirt – банкір, der Giftmischer – лікар, аптекар, der Kopfgärtner, der Bartkratzer – перукар, der Ackerdesigner – фермер, селянин, der Mobby, der Katheder – вчитель*) [5].

Отже, завдяки надзвичайній гнучкості і рухливості, сленг постійно змінюється, з'являються нові слова, а вже існуюча лексика може набувати нового значення. Тобто особливістю сленгу є те, що він будується як з нових, постійно виникаючих у процесі спілкування, так і з відомих слів, але з новим значенням. Таким чином, вивчення сленгу німецької молоді набуває щоразу більшої актуальності в умовах поглиблення міжнародних контактів, допомагає студентам краще опанувати особливості та своєрідність національної картини світу, зрозуміти національні особливості менталітету німецької молоді.

Список використаної літератури:

1. Береговская Э. М. Молодежный сленг: формирование и функционирование / Э.М. Береговская // Вопросы языкознания. – 1996. – № 3. – С. 32–41.
2. Діолог О. В. Загальна характеристика складу новітніх англіцизмів в українській мові. – [Електронний ресурс] / О. В. Діолог. – Режим доступу до статті: <http://www.ualogos.kiev.ua/fulltext.html?id=251>
3. Коломиец Е. А. Русско-немецкий словарь современного молодежного жаргона: около 2000 выражений / Е. А. Коломиец. – М. : АСТ: Восток–Запад, 2005. – 326 с.
4. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2010. – 844 с.
5. Ehmann H. Affengeil: Ein Lexikon der Jugendsprache / H. Ehmann. – München : Verlag Beck S.H., 1994. – 156 S.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології,
к. філол. н., доцент Овсієнко Л. О.

А. В. Берліменко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМИ ІНКУЛЬТУРАЦІЇ ТА АКУЛЬТУРАЦІЇ

Міжкультурна комунікація – це особливий вид комунікації, який припускає спілкування між носіями різних мов і культур. Співставлення цих феноменів виявляє засвоєння індивідом соціокультурних норм, цінностей, прийняття та освоєння різних соціальних ролей у взаємодії з іншими людьми. Саме це і є процесом соціалізації, який означає перетворення людини в соціального індивіда, різновид якого називають особистістю [1, 79].

Міжкультурна комунікація має на меті злиття власної етнічної та культурної ідентичності з чужою етнокультурною компетенцією. Тож суттєвим в теорії та практиці міжкультурної комунікації є проблеми інкультурації та акультурації [3, 295].

Варто зазначити, соціалізація – процес інтеграції людини в людське суспільство, набуття досвіду, який потрібен для виконання соціальних ролей.

На відміну від соціалізації, процес інкультурації – засвоює світорозуміння і поведінку, які притаманні для певної культури, в результаті чого у нього формується когнітивна, емоційна та поведінкова подібність із членами даної культури та відмінності від членів іншої культури [4, 225]. Це дає змогу ставати повноправним членом суспільства, почуватися більш-менш комфортно, сприймати й розуміти навколишній світ й адекватно реагувати на нього [3, 295].

Процес інкультурації розпочинається з моменту народження – із набуття перших навичок і засвоєння мовлення, а закінчується, умовно, зі смертю. Цей процес реалізується не у спеціальних інститутах соціалізації, а під керівництвом власного досвіду, тобто відбувається навчання без спеціального навчання. Кінцевим результатом процесу інкультурації є людина, яка компетентна в культурі – в мові, ритуалах, цінностях тощо [2, 25].

Однак процеси соціалізації та інкультурації відбуваються одночасно, і без входження в культуру. Людина не може існувати як член суспільства.

Дослідники виділяють два етапи інкультурації, єдність яких на груповому рівні забезпечує нормальне функціонування і розвиток культури [1, 77]:

1. дитинство, упродовж якого відбувається засвоєння мови, норм і цінностей культури, не зважаючи на те, що дитина не є пасивним елементом процесу інкультурації;

2. зрілість, у рамках якої індивід має можливість певною мірою приймати або відкидати те, що йому пропонує культура, він може дискутувати і творити.

Процеси соціалізації та інкультурації є складовими процесу культурної трансмісії, що виступає механізмом, за допомогою якого етнічна група "передає себе у спадок" новим членам, передусім дітям. Використовуючи культурну трансмісію, група може увічнити свої особливості в наступних поколіннях за допомогою специфічних механізмів навчання [2, 20].

Сьогодні відомо три види трансмісії [4, 226]:

- вертикальна трансмісія, в процесі якої культурні цінності, уміння, вірування тощо передаються від батьків до дітей;
- горизонтальна трансмісія, коли від народження до дорослості дитина засвоює соціальний досвід і традиції культури в процесі спілкування з ровесниками;
- "непряма" трансмісія, за якої індивід навчається в спеціалізованих інститутах соціалізації (школа, вузи).

У сучасному культурологічному знанні під акультурацією розуміють широкі процеси взаємодії різних культур, в ході яких відбуваються їх зміни, засвоєння ними нових елементів, і в результаті змішування різних культурних дослідів з'являється принципово нове культурне утворення [2, 30].

Дослідники виділяють чотири головні форми акультурації [3, 298]:

1. асиміляція – прийняття людиною чужої культури з відмовою від власної;
2. сепарація – заперечення чужої культури зі збереженням власної культурної ідентичності;
3. маргіналізація як утрата власної первинної культурної ідентичності за умови відсутності зацікавлення в чужій культурі через дискримінацію чи сегрегацію з боку чужої культури.
4. інтеграція – поєднання своєї і чужої культури.

Процес акультурації протікає в кілька етапів, кожен з яких характеризується набором певних характеристик [2, 35]:

- "нульовий етап" являє собою перше знайомство з іншою культурою;
- "медовий місяць" – характеризується досить позитивним ставленням до іншої культури, прагненням ідеалізувати її;
- "фаза культурного шоку" – пов'язаний з розумінням її проблем і особливостей.

Таким чином, соціокультурна адаптація особистості є безперервним процесом реагування на зміни, які відбуваються в житті. Досвід всіх попередніх адаптацій людини складає його адаптативну біографію, яка фіксується в соціальних стандартах, стереотипах, звичках.

Список використаної літератури:

1. Григор'єва І. Соціалізація в процесах виключення і включення / Григор'єва І. // Вітчизняні записки, № 30 (3). – К.: 2006. – С. 75–90.
2. Лескова І. В. Соціалізація і інкультурація як механізми формування ідентичності особистості / Лескова І. В. // Наукові Відомості Білгородського державного університету. – Одеса, 2008. – С. 20–35.
3. Селіванова О. О. Основи теорії мовної комунікації / О. О. Селіванова: підруч. / О. О. Селіванова. – Черкаси : Чабаненко Ю. А., 2011. – С. 295–299.
4. Стефаненко Т. Г. Адаптація к своей культурной среде и пути её оптимизации / Стефаненко Т. Г. // Введение в практическую и социальную психологию. – М.: Наука, 1994. – С. 225–228.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н.,
доцент Овсієнко Л. О.

В. В. Вишивана

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОТИВНОСТІ, ЕМОЦІЙНОСТІ В НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

У процесі пізнання дійсності людиною суттєвим фізіологічним і соціально-психологічним фактором є емоції як наслідок сприйняття та оцінювання нею певного явища матеріального чи духовного світу [3, 1].

Мова та емоції вважаються двома паралельними системами, кожна з яких впливає на функціонування іншої. Емоції виражають ставлення людини до життєвих ситуацій і проявляються у мові на вербальному рівні. Слова можуть позначати емоцію, комплекс емоцій

або емоційний стан, відображення яких локалізується у змістовій структурі відповідних слів. Це відображення кодується специфічними семантичними компонентами, які формують емотивність слова [2, 9].

У процесі вербалізації емоційність як психологічний феномен трансформується в емотивність – складник конотативного компонента у семантичній структурі мовної одиниці, який репрезентує емоційне ставлення носіїв мови до позначеного [4, 142].

Відомо, що реалізація емоцій вербальними засобами здійснюється різними одиницями мови: фонетичними, лексичними, синтаксичними. У дослідженнях позначення емоцій на лексичному рівні все більше визнання отримує положення, згідно з яким майже кожна лексична одиниця так чи інакше пов'язана з емоціями і може відображати емоційний стан людини [5, 112].

Аналіз емотивної лексики свідчить про те, що емоційні конотації на лексичному рівні створюються у мові завдяки емоційно оцінним прикметникам, прислівникам, іменникам, дієсловам, які містять оцінку в своїй структурі. Одиницями мови, які мають емоційне значення, є також вигук.

Прикметник є одним із важливих засобів вираження емоцій та емоційного стану людини. Крім свого категоріального значення – позначення ознаки предмета чи особи, – він може передавати ставлення, емоційну оцінку певного суб'єкта, об'єкта або дії. Цю функцію виконують переважно емоційно-оцінні прикметники, серед яких можна виділити дві групи:

1) прикметники з позитивним емоційним зарядом (для вираження позитивної характеристики людини або події): *ehrlich, freundlich, fantastisch, gut, gerecht, hübsch, klug, nett, tapfer, toll, tüchtig, schlank u. a.*

2) прикметники з негативним емоційним зарядом, які вживаються для вираження негативного оцінного ставлення до людини або події: *abstoßend, böse, dumm, dick, faul, furchtbar, hässlich, hilflos, schlecht, unangenehm u. a.*

Er war ein schlechter Philosoph und ein ausgezeichnete Autofahrer, aber sein Fahren war viel gefährlicher als seine Philosophie (B. Brecht).

Прислівники, що означають ступінь інтенсивності чи якості дії або ознаки предмета, мають також здатність до вираження як негативних так і позитивних емоцій. До них належать прислівники: *außerordentlich, besonders, ganz, sehr, viel, völlig, wenig, ziemlich u. a.*

Sie sah heute Abend überhaupt besonders gut (A. Seghers).

У сучасній німецькій мові є значна кількість іменників емотивного вираження значення, серед яких можна виділити іменники з семою емоційної оцінки як основи номінації. Вони мають здатність позначати цілий спектр почуттів та емоцій людини: інтерес (*Interesse*), радість (*Freude*), здивування (*Erstaunen*), смуток (*Kummer*), страждання (*Leiden, Qual*), страх (*Angst*), образа (*Beleidigung*), сором (*Schande*), злість (*Bosheit*), зневага (*Missachtung*), тривога (*Aufregung*), гнів (*Zorn*) та ін. [1, 5].

Отже, дослідження лексичних засобів емотивного вираження значення у науковій лінгвістичній літературі дає підстави стверджувати, що людські емоції мають властивість відображатися на вербальному рівні завдяки мовним одиницям емотивного лексичного фонду, в якому виділяються певні групи слів, що належать до різних частин мови.

Список використаної літератури:

1. Бондарчук Т. І. Лексичні засоби вираження емотивного значення в сучасній німецькій мові / Т. І. Бондарчук // Науковий вісник Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – 2016. – № 5 (330): Філологічні науки. Мовознавство. – С. 285–289.
2. Городникова М. Д. Эмотивные явления в речевой коммуникации / М. Д. Городникова. – М. : МГПИИЯ им. М. Тореца, 1986. – 70 с.
3. Руда, Н. В. Мовна репрезентація категорії демінутивності : універсальне та ідіостічне : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.02.15 "Загальне мовознавство" / Н. В. Руда. – К., 2009. – 19 с.
4. Селіванова, О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006. – 716 с.
5. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций : [монография] / В. И. Шаховский. – М. : Гнозис, 2008. – 416 с.

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології, к. п. н., викладач Левицька Л. А.

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ З КОМПОНЕНТОМ «BLAU» У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Останнім часом поняття фразеології знаходиться в центрі уваги багатьох дослідників, так як відображає культурно-духовне життя представників тієї чи іншої національності, соціальної групи. Фразеологічні одиниці (ФО) представлені в художній літературі та широко застосовуються носіями мов. Як правило, рідше вживається в офіційно-діловому спілкуванні.

Фразеологізми є стійкими готовими сполученнями слів, які не створюються в мовленні подібно до вільних словосполучень (новий костюм, великий будинок, читати газети, йти до школи), а відтворюються: якщо мовцеві необхідно вжити фразеологізм, то він його вилучає, як і слово, в готовому вигляді зі свого фразеологічного запасу, а не знову створює [2, с. 241]. Визначають фразеологізми за наступними критеріями: кожне окреме слово не має особливого тлумачення; значення притаманне фразеологізму в цілому, переставити слова не можна, бо перестановка слів руйнує фразеологізм [там само].

Особливу увагу в мовознавстві привертають фразеологізми з компонентом «КОЛІР» у сучасній німецькій мові. Кольори посідають виняткове місце у символіці. Розуміння кольору і пов'язані з ним асоціації ґрунтуються на віковичних традиціях певного етносу. Вивчення символіки кольору допомагає виявити специфічні риси кольорів, що притаманні німецькій лінгвокультурній традиції [1].

Фразеологізми з компонентом «BLAU» описують такі сфери життя як:

1. дворянське походження: *blaues Blut* – блакитна кров [3, с. 106];
2. професійна діяльність: *blaue Jungen* – матроси [3, с. 106];

Цим фразеологізмам також найчастіше притаманне негативне значення: *blauer Montag* – прогул у понеділок [3, с. 106]; *blau reden* – брехати [3, с. 106]; *j-n blau anlaufen lassen* – обдурити когось [3, с. 106]; *blau sein* – бути п'яним [3, с. 106]; *j-n blau und grün ängern* – дошкуляти комусь [3, с. 106]; *ins Blau reden* – верзти дурниці [3, с. 107].

Отже, негативна конотація згаданих фразеологізмів широко представлена в контексті та здатна впливати на увесь процес міжособистісного спілкування. Обираючи певний еквівалент, необхідно попередньо переконатись у доречності його використання відповідно до контексту. У найширшому значенні контекст – це сукупність деяких обставин, від яких залежить значення, або сенс будь-якого знаку, вислову, тексту, дії, зокрема, відносно до цього переліку фразеологізми. Відповідно, контекст є важливим фактором утворення семантичної складової фразеологічної одиниці, так як дає змогу точно встановити значення окремого слова чи виразу, що входять до його складу.

Список використаної літератури:

1. Бандурка Л.В. Колороніми в структурі фразеологізмів в німецькій мові [Електронний ресурс] – Режим доступу : <https://dspace.udpu.edu.ua/jspui/bitstream/6789/1810/1/%D0%9A%D0%.pdf>
2. Кочерган, М. П. Вступ до мовознавства: підручник для студентів філологічних спеціальностей вищих закладів освіти / М. П. Кочерган. – К. : Академія, 2000. – 368 с.
3. Німецько-український фразеологічний словник : у 2-х т. / [укл. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко]. – К. : Радянська школа, 1981. – Т. I. А–К. – 416 с.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології,
к. філол. н., доцент Овсієнко Л. О.

М. А. Hontschar
Nationale Bohdan-Chmelnytskyi Universität Tscherkasy

DENGLISCH UND MODERNE DEUTSCHE SPRACHE

Den parallelen Zusammenhang der Sprach- und Gesellschaftsentwicklung kann man nicht leugnen. In den letzten Jahren erlebt die deutsche Sprache, welche die Amtssprache in Deutschland, Österreich, Belgien, Luxemburg, Liechtenstein und in der Schweiz ist und auch den Status der

offiziellen Sprache in Polen, Italien und Dänemark besitzt, viele Innovationen und Modifikationen, die heutzutage viel beobachtet und untersucht werden. Außerdem werden einige Wörter anders ausgesprochen, geschrieben und sogar anders gedeutet.

Eine der wichtigsten Änderungen ist die Einführung der Fremdwörter von den Muttersprachlern in den allgemeinen Sprachgebrauch. Bei der Untersuchung von diesem Phänomen muss man sich auf den Begriff Denglisch aufmerksam machen.

Denglisch ist eigenartiges Sprachphänomen in der deutschen Sprache, welches durch den Gebrauch der englischen Wörter und der Verwendung englischer Grammatikregel gekennzeichnet wird. Anders ausgedrückt ist, dass es eine deutsch-englische Mischsprache, deren Untersuchung definitiv aktuell ist.

Diese Frage wurde von den Sprachwissenschaftlern Broder Carstensen, Ulrich Busse, Stephanie Bohmann, Peter Eisenberg, Helle Körner, Helga Kotthoff und anderen untersucht.

Das Denglischproblem besteht darin, dass der übermäßige Gebrauch von englischen Fremdwörtern zur Norm im Laufe der Zeit geworden ist, obwohl einige Wörter im Deutschen mit derselben Bedeutung wohl existieren. Denglisch und Anglizismen können verschiedene Ausdrucks- und Sozialformen haben. Im Gegensatz zu Anglizismen, sieht Denglisch nicht nur die Ergänzungen im Bereich des Sprachsystems (Phonetik, Morphologie, Syntax, Lexik, Semantik), sondern auch die volle Ersetzung der alten Ausdrücke durch denglische Äquivalente, z. B.:

das Meeting wurde gecancelled – die Besprechung wurde abgesagt
das ist eine stylische Hose – das ist eine schicke, modische Hose
ich habe das Programm gedownloadet – ich habe das Programm heruntergeladen
once more – einmal mehr (statt z. B.: „wieder“, „noch einmal“)
to realize sth. – etwas realisieren (statt: „etwas begreifen“, „etwas fassen“)
in 1968 (Jahresangabe – statt: „im Jahr[e] 1968“)

Die neuen Klischees werden immer öfter in der Sprache verwendet. Dies wird durch Faktoren wie den Gebrauch der englischen Fachausdrücke, die Verstärkung der Ausdrucksweise, den Status des Englischen als lingua franca bekräftigt.

Es ist wichtig zu betonen, dass Denglisch eine sehr verbreitete Sprache besonders in der Media-Sprache geworden ist. Die Sprachwissenschaftlerin Helga Kotthoff weist daraufhin, dass die Aktualität einiger Wörter und deren Relevanz in der Trendsprache der Jugendlichen, in den Nachrichten und im Fernsehen als Phänomen des Denglischen ist. Und es gilt als Grund der Verelendung der deutschen Sprache [1].

Man muss unterstreichen, dass einige Wissenschaftler die Ansicht vertreten, Denglisch sei ein Problem. Darüber spricht Hans-Jochen Schiewer, der Rektor der Universität Freiburg, behauptet den Fakt, dass im Laufe der Sprachentwicklung Latein und später Französisch auf die deutsche Sprache einen großen Einfluss gemacht haben. Es muss hervorgehoben werden, dass Deutsch sich rasch weiterentwickelt hat. Der Sprachwissenschaftler Karl-Heinz Best aus der Universität Göttingen sieht im Denglischen einen Mechanismus, welcher positive Veränderungen mit sich bringt [4].

Jedoch wird Denglisch von der Mehrheit der Germanisten als Gefahr nicht nur vom Aspekt der Fremdwörter, sondern auch in großen Änderungen des grammatikalischen Systems. Rudolf Hoberg, der Vorsitzende der Gesellschaft der deutschen Sprache weißt daraufhin, dass die Unterdrückung der Sprache in jeglicher Weise ein Verlust dieser Sprache für die gesamte Menschheit ist [3]. Die Mitglieder des deutschen Verbandes argumentieren, dass die Verwendung englischer Begriffe sinnlos ist, da bereits entsprechende Ausdrücke in deutscher Sprache vorhanden sind. Dank der Umfrage des Instituts für Demoskopie Allensbach wurde es festgestellt, dass die Hälfte der Befragten Denglisch für irrational hält, da die englischen Ausdrücke bei Kommunikation einige Missverständnisse hervorrufen können [4].

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Denglisch sowohl positive als auch negative Sprachänderungen hervorrufen kann. Man muss betont werden, dass Hochdeutsch einige Änderungen erlebt und die vorhandenen Sprachäquivalente von Neologismen ersetzt, was zu einem Verlust der authentischen Ausdrucksformen führt.

Literaturverzeichnis:

1. Helga Kotthoff. Anglizismen sind das neue Imponier-Deutsch // <https://www.zeit.de/wissen/2011-11/anglizismen-wissenschaftssprache/komplettansicht>
2. Hans-Jochen Schiewer. Germanisten fürchten keine Anglizismen // https://www.focus.de/kultur/diverses/wissenschaft-germanisten-fuerchten-keine-anglizismen_aid_553189.html
3. Denglisch oder Germeng, das ist hier die Frage // <https://derstandard.at/876826/Denglisch-oder-Germeng-das-ist-hier-die-Frage>
4. Alles Denglisch? // <http://blog.pasch-net.de/pasch-global/archives/1564-Alles-Denglisch.html>

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Ковтун Я. П.

I. В. Гребенюк

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОКАЗИОНАЛІЗМИ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Поповнення словникового складу лексичними одиницями – це невід’ємний процес розвитку мови. Утворення нових лексем у художньому творі є не лише прагненням автора збагатити мову; слово тут – носій поетичного, художнього змісту, воно може викликати емоції, переживання. Оказіоналізми – це ідеальний мовний засіб для привернення уваги та зацікавлення читача. Вони викликають подив і спонукають до інтерпретації оказіоналізму та тексту, який його містить. Оказіональні словотвори також можуть надавати особливої експресії тексту. Такі слова руйнують стереотипи сприйняття [4].

Феномен оказіоналізмів на матеріалі різних мов досліджували такі вчені, як В. Карпалюк, Н. Сологуб, Т. Юрченко, Є. Карпіловська, Ж. Колоїз, О. Ребрій, Г. Вокальчук, О. Турчак, Н. Арутюнова, М. Бакіна, О. Ликов, Е. Ханпіра, О. Земська, В. Лопатін, а також Р. Hohenhaus, С. Peschel, W. Heringer, O. Siebold, W. Wildgen, W. Motsch та інші. Проте сучасні дослідження все більше спрямовані на з’ясування природи оказіоналізму як унікальної мовної одиниці.

Оказіоналізми – нелексикалізовані одиниці, і їхнє значення не належить до семантичного знання читача. Певні оказіоналізми можуть траплятися в одному й тому самому тексті досить часто, і читач може занести їх до свого лексикону принаймні на час читання цього тексту. Проте сприйняття таких оказіоналізмів залишається залежним від тексту, в якому вони побутують. Автори дуже часто вживають ці новоутворення, щоб відобразити індивідуальний смак промовця та показати свою словотворчість. Особливо у творах популярних німецьких авторів Уве Тімма та Гери Ліндт можна зустріти чимало специфічних лексичних одиниць на позначення жіночої статі: „*Ich bin doch nicht Pamela Anderson, hat sie gesagt*“ [5]. У цьому випадку У. Тімм не утворює принципово нового слова, а використовує стереотип: називає жінку з великими грудьми Памелою Андерсон, бо остання вирізняється особливо пишним силіконовим бюстом. Тут яскраво проявляється принцип мовної економії: автор вказує на жінку і, одночасно, натякає на особливості її зовнішності. Або наприклад Уве Тімм використовує слово-реалію іншого народу: „*Hätte mich ja sonst als Geisha schminken können, aber so halb und halb*“ [5]. При цьому в контексті спливає лише одна сема: «дуже нафарбована жінка». Гера Ліндт так само одним словосполученням називає та характеризує жінку. „*Nun gehöre ich leider Gottes nicht zu den Schneewitzchens und Dornrötchen und ähnlichen Damen, (...), bis sie ein Prinz oder ein Frosch wachküßt (...)*“. У цьому прикладі автор не вигадує нового слова, а переносить значення казкових героїв на реальних осіб, які, не зважаючи на біди і невдачі, знаходять своє щастя.

Одна з найважливіших проблем, що виникає в дослідженні оказіоналізмів – це проблема їх дефініції. О. Косович визначає оказіоналізми як «мовленнєві конкретно-ситуативних утворення, які реалізують експресивно-образну функцію, створені за традиційними і нетрадиційними словотвірними моделями, не внесені до словників «неологізмів» [1]. Та відсутність запису в словнику – це ще не ознака новизни лексичної одиниці. Для процесу

лексикалізації okazіоналізму потрібно, щоб конкретна лексема була важливою для певної соціальної групи і відповідала комунікативним потребам цієї групи. Також важливий авторитет мовця, який вперше вжив okazіоналізм, чи автора твору, в якому okazіоналізм вперше трапляється. Вони заповнюють конкретну прогалину у лексичному складі мови – позначають процес, явище, предмет, які до моменту їх вживання ще не існували в мові або деталізують цей процес, явище чи предмет. Такі новоутвори характеризуються «новизною, свіжістю, несподіваністю, а головне – їх контрастністю по відношенню до нормативних лексем» [3].

Перебуваючи поза межами мовної системи та маючи статус своєрідних периферійних явищ, okazіональні слова часто спроможні передавати те, що виявляється не під силу "стаціонарному" лексикону. О.Г. Рєвзіна підкреслює, що okazіональним словам здебільшого й немає потреби ставати стаціонарними та залишатися в пам'яті носіїв мови, оскільки їхнє функціональне призначення полягає не стільки в тому, щоб давати назву новій реалії чи новому явищу (це є прерогативою неологізмів), скільки в передачі індивідуально-авторської семантики [2].

Отже, okazіоналізми – це слова та мовні звороти, що не відповідають загальноприйнятому вживанню, але показують індивідуальний стиль автора. Вони завжди продуктивні, збагачують словник, служать для підсилення мовлення. У кожному творі можна знайти таку індивідуальну словотворчість, чимало таких лексичних одиниць настільки широко використовуються, що перестають бути okazіоналізмами, а входять у словниковий запас мови.

Список використаної літератури:

1. Косович О. Okазіональне словотворення в сучасній французькій мові (на матеріалі мови мас-медіа, інтернет-видань і художніх творів): автореф. дис. ... д-ра філол. наук: 10.02.05 / О. Косович. – Львівський національний університет імені Івана Франка. – Л., 2008. – 22 с.
2. Рєвзіна О.Г. Поэтика okazіонального слова / О.Г. Рєвзіна // Язык как творчество / ред. З.Ю. Петрова. – М.: ИРЯ РАН, 1996. – С. 303–308.
3. Степанова М. Теоретические основы словообразования в немецком языке / М. Степанова, В. Фляйшер. – М.: Высшая школа, 1984. – 264 с.
4. Heringer H. J. Wortbildung: Sinn aus dem Chaos / Hans Jürgen Heringer. In: Deutsche Sprache Nr. 12 – 1984, S. 1–13.
5. Timm U. Rot / U. Timm. – München : Deutscher Taschenbuch Verlag, 2009. – 394 S.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької мови, к. п. н., доцент Титаренко О. І.

А. О. Гуреля

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЗІСТАВНИЙ АНАЛІЗ НАЗВ ФЛОРОНІМІВ У НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ

Зіставне вивчення найменувань об'єктів навколишнього світу у близькоспоріднених і різноструктурних мовах завжди знаходилося в центрі уваги лінгвістичних досліджень. Лексика на позначення квітів (флоронімів) відзначається великою інформативністю, оскільки флора споконвіку посідає в житті людини важливе місце. Найменування квітів у зіставному аспекті у різноструктурних мовах досі не були об'єктом лінгвістичного аналізу. Саме цим зумовлена **актуальність** пропонованого дослідження, спрямованого на виявлення особливостей номінації флоронімів у німецькій та українській мовах [1,184]. Формування лексики на позначення квітів відбувається у порівнюваних мовах за певними номінативно-мотивуючими ознаками, що встановлюються шляхом ономазіологічного аналізу. Даний аналіз флоронімів дозволяє виявити, як поєднуються ті чи інші поняття, що представлені в семантиці цих мовних одиниць, і, таким чином, охарактеризувати дану лексичну групу [1, 185].

Флороніми є **об'єктом лінгвістичних досліджень** В. Жайворонка, І. Подолян, А. Сердюк, Т. Алексахіної та ін. Проте в семантичному та семіотичному плані в українській і німецькій мовах флороніми досліджено мало [2, 189].

Метафоризація українських і німецьких назв рослин певним чином залежить від традиційної народної символіки: фітонім укр. **бузок** / нім. **Flieder** отримали поняттєво ідентичні та тематично близькі високочастотні асоціати, які спричинені денотативними ознаками запаху, кольору та часу цвітіння рослини: укр. *весна, пахучий*; нім. *Duft* «аромат», *lila* «ліловий», *riecht gut* «гарно пахне», *Frühling* «весна». Розбіжності між асоціативними полями двох фітонімів виявилися в периферійних ділянках: українська назва рослини отримала асоціати, пов'язані з символікою бузку: *радість, бажання, сила*. Німецький фітонім **Flieder** був сприйнятий у відмінних символічних значеннях: *Seichtigkeit* «легковажність», *Eleganz* «елегантність». На асоціювання цього фітоніма вплинула також ремінісценція з кіномистецтва (нім. *Heimatfilme* «фільми про батьківщину» та святкова традиція (нім. *Muttertag* «День матері») [3, 7].

Окрім вищезазначеного аспекту, метафоризація українських і німецьких назв рослин залежить й від значень граматичного роду. Деякі фітоніми жіночого роду асоціюються носіями двох мов з особами жіночої статі: укр. **орхідея** / нім. **Orchidee** (жін. роду) < укр. *дівчина, жінка*; нім. *Königin* «королева», *Asiatin* «азійка»; укр. **лілія** / нім. **Lilie** (жін. роду) < укр. *дівчина, наречена*; нім. *Mädchen* «дівчина», *schöne Frau* «гарна жінка»; укр. **маргаритка** < *дівчина, жінка*. Під час асоціювання цих українських і німецьких фітонімів значну роль відіграє традиційна індоєвропейська символіка квітів та похідна від неї омонімія жіночих імен: укр. **Лілія** / нім. **Lilie**.

Впливовим чинником метафоризації виявився також граматичний рід, особливо під час зіставлення українських і німецьких назв рослин з їхніми англійськими корелятами. Символіка жіночості властива німецьким і українським назвам: нім. **Gänseblümchen** «маргаритка», нім. *Mädchen* «дівчина». [3, 9]. Український фітонім **тюльпан** (іменник чол. роду) асоціюється з особами чоловічої статі: *хлопець* (1), *чоловік* (1), *він* (1). Його німецький корелят **Tulpe** (жін. роду) не отримав жодного асоціата-порівняння з особами чоловічої статі. У німецькій групі було наведено асоціати-порівняння маргаритки з дитиною, які не мають українських корелятів: нім. *Kind* «дитина», *kleine Kinder* «маленькі діти». Одним із чинників цієї метафоризації є демінутивний суфікс *-chen* середнього роду німецького фітоніма **Gänseblümchen**, який надає слову пестливої, зменшувальної конотації [3, 10].

Поєднання в семантиці фітоніма ознак чоловічості й жіночості пояснюється дуальною символічною функцією квітки у весільному обряді, під час якого з барвінку плетуть вінки для нареченого й нареченої. Здатність виражати антонімічні відтінки є однією з властивостей фітоніма як символу. Назви різних рослин можуть співвідноситися між собою як носії протилежних символічних значень, що виявляється в асоціатах: німецький фітонім **Wermut** «полин» як символ суму і страждань (*Schwermut* «туга», *Trauer* «сум, жалоба» тощо) протилежний до фітоніма цієї мови **Schoten** «горох» – символу жартів (*Witz* «жарт») [3, 14].

Між назвами рослин існують не тільки антономічні, а й синонімічні відношення: німецький фітонім **Himmelschlüssel** «первоцвіт» асоціюється з поняттям сакрального, яке також символізує німецький фітонім **Lilie** «лілія». Близьким за символічною семантикою в українській групі виявився фітонім **наноромь**. У двох мовах зафіксовано також інші фітоніми-кореляти із символічним значенням сакральності: укр. **орхідея** / нім. **Orchidee** [3, 14].

Отже, фітоніми – це незамінна частина лексичних одиниць в сучасній німецькій мові, які надають їм особливого яскравого забарвлення та є проявом ерудиції та освіченості людини, оскільки вимагають до себе певних знань із природничих наук. Назви рослин мають низку специфічних ознак, зумовлених їх особливою семантикою, а також стилістичною характеристикою та певними функціями у мові [4, 8]. Фітоніми мають здатність виражати як антонімічні так і синонімічні відношення. Номізація фітонімів певним чином залежить від традиційної народної символіки та від значень граматичного роду.

Список використаної літератури:

1. Подолян І.Е. Національна специфіка семантики фітонімів в українській, англійській та німецькій: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня кандидата філол. наук : спец. 10. 02.17 «Порівняльно-історичне і типологічне мовознавство» / Подолян Ілона Єрхівна. – Київ, 2000. – с. 20.
2. Радкевич Ю. символічні значення назв квітів у британській культурі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://philology.knu.ua/library/zagal/Movni_i_konceptualni_2012_42_2/003_009.pdf?fbclid=IwAR2-1yG9K79PQdE4jRZQTnILdtBtLmQFFmBugUj2CQJwXrSKq9u8s6aAkAM
3. Чернявська А.В. Семантика флороніма квітка в українській та англійській фразеології: стаття аспіранта кафедри германських мов і перекладознавства / А. В. Чернявська // Науковий вісник Харківського державного університету. – 2018. – № 2. – с. 189–195.
4. Яненко І. В. Зіставний аналіз флоронімів із функціонально цільовими ознаками в германських, романських і слов'янських мовах / І. В. Яненко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Мовознавство». – 2011. Вип. 17. – Т. 2. – № 11. – с. 184–189.

Науковий керівник: викладач кафедри німецької мови Снісар А. В.

А. В. Кириченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

НЕГАТИВНО МАРКОВАНА ОЦІНКА В СТРУКТУРІ ФРАЗЕОЛОГІЧНИХ ОДИНИЦЬ СУЧАСНОЇ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Фразеологічною одиницею (фразеологізмом) називається лексико-граматична єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення або речення, яка, маючи цілісне значення, відтворюється в мовленні за традицією, автоматично, наприклад: *землі під ногами не чути, брати бика за роги, палець об палець не вдарити, прокатати на вороних, шкребти за душу* [1, 32].

Існують різні підходи до терміну фразеологічна одиниця (далі ФО):

- це готові утворення, які не створюються в процесі мовлення, а вилучаються із пам'яті як готові формули;
- це такі одиниці, для яких, як і для окремих слів, характерна постійність у складі, структурі і семантиці;
- в акцентологічному відношенні – це звукові комплекси, складові компоненти яких мають два або більше основних наголосів;
- членовані утворення, компоненти яких усвідомлюються мовцями як слова [5, 40].

В. В. Виноградов зазначає, що «фразеологізм – це стійке сполучення слів із цілісним узагальнено-переносним значенням» [2, 28]. На думку О.М. Бабкіна «Фразеологічна одиниця – це така одиниця мови, якій властива цілісність, що виникає у результаті послаблення лексичного значення слів» [1, 54].

Відома також і **функціональна класифікація** німецьких ФО, яка ґрунтується на їх функціях та структурно-семантичних особливостях [4, 35]: лексичні єдності та номінативні фразеологізми; номінативно-експресивні фразеологізми [4, 36].

Застосування семантичної класифікації В. В. Виноградова стосовно матеріалу німецької фразеології допомогло виявити також одну доволі суттєву особливість німецьких фразеологічних єдностей в порівнянні з аналогічними одиницями інших мов. Вона полягає в тому, що фразеологічні єдності німецької мови (частково і фразеологічні зрощення) мають більшу варіативність компонентів, ніж фразеологізми цих типів у інших мовах.

На основі відібраного матеріалу можна виділити такі типи фразеологізмів з негативно маркованою оцінкою на:

- позначення характеру людини: *es ist keine gute Ader an ihm* – у нього немає ні однієї хорошої риси; *gegen alles abgebrannt sein* – не мати ні студа, ні совісті; *ein Abladebuckel sein* – бути козлом відпущення [3, 15];

- позначення зовнішності: *sich schlecht (übel) ausnehmen* – погано виглядати; *er sieht nach nichts aus* – він не справляє ніякого враження; *ein grober Gast* – грубіян, нечема [3, 239];
- позначення поведінки: *auf die leichte Achsel nehmen* – несерйозно, легковажно поставитися до чого-н.; *etwas außer acht lassen* – залишити поза увагою що-н.; *es ist mir alles eines* – мені байдуже, однаково; це мене не обходить [3, 21].

Найбільш численною групою є фразеологізми на позначення характеру з негативною маркованою оцінкою. Це може бути пояснено більш різкою емоційною реакцією людей саме на негативні явища, а також характерною для стресових, тобто різких негативних емоційних станів, тенденцією до використання стійких словесних комплексів.

Перевага фразеологічних одиниць з негативною оцінкою вказує на схильність людини помічати недоліки. Також це може бути підсвідомою спробою суспільства виправитись, вдосконалитись за допомогою критики, іронії, зневаги. Соціально зумовлені оцінки властивостей людської особистості передаються негативною оцінкою ФО. Оцінка також визначається світоглядом народу, системою критеріїв, що існують в даному суспільстві.

Отже, оцінний компонент значення ФО можна розглядати в якості виразника національної оцінки в ціннісній картині світу, а також як частини фразеологічної картини світу.

Список використаної літератури:

1. Бабкін О. М. Російська фразеологія, її розвиток і джерела / О. М. Бабкін. – Л. : 1990. – С. 126.
2. Виноградов В. В. Проблема сказа в стилістиці / В.В. Виноградов // О языке художественной прозы. – М. : Наука, 1980. – С. 130–136.
3. Німецько-український фразеологічний словник : у 2-х т. / [уклад. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко]. – К. : Радянська школа, 1981. – С. 15 –239.
4. Чернышева И. И. Фразеология современного немецкого языка / И. И. Чернышева. – М. : Высшая школа, 1970 – 200 с.
5. Шанский Н. М. Фразеология современного русского языка / Н. М. Шанский. – М. : Высшая школа, 1969 – 232 с.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н., доцент Овсієнко Л. О.

M. W. Kodola

Nationale Bohdan-Chmelnytskyi Universität Tscherkasy

HERKUNFT VON PLATTDEUTSCH

Zur Zeit der Hanse im Mittelalter war "Plattdeutsch" in Norddeutschland nicht nur die wichtigste Sprechsprache, sondern auch eine angesehene Schriftsprache.

Es ist falsch zu glauben, dass sich die Dialektbezeichnung "Platt" vom flachen Land abgeleitet wurde. Zum ersten Mal tauchte der Begriff in den Niederlanden im 16. Jahrhundert auf und bedeutete so viel wie "verständlich", "vertraut", "deutlich", "rund heraus".

"Platt" oder auch "gutes plattes Deutsch" war der Gegenbegriff zu der in weiten Kreisen der Bevölkerung nicht verständlichen lateinischen Gelehrtensprache. Zunächst bezeichnete der Begriff "Platt" das "gemeine Deutsch", also die Sprache, die vom einfachen Volk gesprochen wurde.

Es wird betont, dass sich die neue Bedeutung des Wortes "Platt" im 17. Jahrhundert entwickelt wurde. Es bezeichnete nun auch die Regionalsprachen in Norddeutschland. Man muss unterstreichen, dass zu dieser Zeit das Wort "Platt" immer öfter einen negative Einfluss hat. Vielerorts wurde "Platt" auch als sozial niedrig missdeutet [1].

Erst ab dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts hat das Wort "Platt" die Funktion, die Dialekte in Westmittel- und Norddeutschland zu beschreiben. In Verbindung mit einem Ort kann "Platt" die genaue Mundart beschreiben.

Es muss hervorgehoben werden, dass im Mittelalter, zur Zeit der Hanse, Plattdeutsch nicht nur der gesprochene Dialekt war, sondern auch eine eigene geschätzte Schriftsprache. Die Hansekaufleute waren wohlhabend, reisten viel umher und machten an allen Orten Geschäfte in ihrer Sprache. Es stärkte das Niederdeutsch so sehr, dass man sogar eine niederdeutsche Bibelübersetzung anfertigte.

Es wurde bemerkt, dass über fast vier Jahrhunderte das sogenannte Mittelniederdeutsch als gesprochene und geschriebene Sprache eine dominierende Stellung in Norddeutschland hatte. Plattdeutsch war auf dem Weg, sich vom sprachlichen Raum Deutschlands zu lösen und sich als eigenständige Standardsprache, ähnlich dem Niederländischen, zu entwickeln [1].

Es wurde festgestellt, dass mit dem Niedergang der Hanse auch der Stellenwert des Niederdeutschen in sich zusammenbrach. Der Prestigeverlust war groß. Plattdeutsch blieb eine Alltagssprache der Menschen auf dem Lande. Gerade gebildete Kreise wechselten sprachlich immer mehr ins Hochdeutsche. Als Schriftsprache verlor das Plattdeutsch gänzlich an Bedeutung.

Viel Aufmerksamkeit wird auf starke Unterschiede des Plattdeutschen in Schrift und Sprache von den hochdeutschen Dialekten in Mittel- und Süddeutschland gerichtet. Im 16. Jahrhundert vollzog sich in Norddeutschland auf dem Gebiet der Hanse der fundamentale Wechsel von der geschriebenen und gesprochenen niederdeutschen Sprache hin zu der auf dem Hochdeutschen basierenden Schriftsprache [2], z. B.:

- «*Jo, do bin ick dorbi*» - «*Ja, da bin ich dabei*»
- «*Dat is 'ne bannig seute deern*» - «*Das ist ein sehr süßes Mädchen*»
- «*Nee. Ick segg dat. He hett mi bannig veel vun di vertellt.*» - «*Nein, ich sage das. Er hat mir sehr viel von dir erzählt.*»
- «*Dat neegste Mal bringes mi aver 'n Beer mit. Un nu fullet Hart vörrut, min Deern.*» - «*Das nächste Mal brings du mir aber ein Bier mit. Und jetzt volles Herz voraus, mein Mädchen.*»
- «*Ick glööv dat allens nich. Künnt wi nich eenfach 'n Kōm un 'n Beer trinken, und good is?*» - «*Ich glaub das alles nicht. Können wir nicht einfach einen Korn und ein Bier trinken, und gut ist?*» [3].

Es ergibt sich, dass im Norden man die hochdeutsche Schriftsprache begann wie eine Fremdsprache zu sprechen und orientierte sich dabei nahe an den Lauten der Buchstaben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die norddeutsche Aussprache heute als die "beste" oder "reinste" Ausspracheform der hochdeutschen Schriftsprache angesehen wird.

Literaturverzeichnis:

1. Geschichte der Dialekte: Plattdeutsch [Elektronischer resurs]. – Режим доступу: https://www.planet-wissen.de/geschichte/deutsche_geschichte/geschichte_der_dialekte.
2. Die Rettung des Platt [Elektronischer resurs]. – Режим доступу: <https://www.goethe.de/de/spr/mag>.
3. Hülsmann P. Das Leben fällt, wohin es will / Petra Hülsmann. – Garbsen: Bastei Lübbe, 2017. – 511 S.

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Ковтун Я. П.

М. В. Кодола

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОМП'ЮТЕРНІ ЛІНГВІСТИЧНІ ІГРИ ЯК НОВІТНІЙ ЗАСІБ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

Знання іноземної мови є необхідною складовою у сучасному світі, тому державний стандарт початкової освіти передбачає створення навчального освітнього середовища з обов'язковою складовою – вивчення іноземної мови.

Дитина молодшого шкільного віку краще сприймає навчання у формі гри, тому є доцільним використання сучасних технологій навчання. Застосування ігрових інноваційних технологій, а саме комп'ютерних лінгвістичних ігор є пріоритетним напрямом розвитку сучасної методики та підвищення мотивації молодших школярів до навчання.

Відома методист та вчена Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького професор Олена Іванівна Вовк визначила, що формування граматичних навичок є важливим показником правильного оволодіння іноземною мовою та формування правильного усвідомлення інформаційних та комунікаційних мотивів співрозмовників [1].

Мета навчання граматичного матеріалу іноземної мови, що вивчається, – це оволодіння граматичними навичками мовлення: репродуктивними, тобто граматичними навичками говоріння і письма, та рецептивними, тобто граматичними навичками аудіювання і читання, а шкільний граматичний мінімум, який складається з активного та пасивного, необхідний для сприйняття і розуміння думок інших людей [2].

Процес формування іншомовної граматичної компетенції на основі нетрадиційних методів навчання іноземної мови надає цікавий, полегшений варіант усвідомлення учнем початкової школи основних особливостей іншомовної сфери.

До групи новітніх методів навчання граматики іноземної мови ми можемо віднести – масові відкриті онлайн-курси, інтерактивні програмні завдання, комп'ютерні ігри. Основною метою комп'ютерних лінгвістичних ігор є створення ігрової віртуально-освітньої ситуації для отримання чи закріплення іншомовних навичок [3].

Серед найбільш поширеніших комп'ютерних лінгвістичних ігор, які використовуються з метою оволодіння граматичними навичками є:

- «Grammar games», «More grammar games» - граматичні комп'ютерні ігри, які розроблені Маріо Рінволукрі; ці ігри можна широко використовувати на уроках іноземної мови, адже інтерфейс програмного забезпечення дає можливість отримання навчальних граматичних знань, формування умінь та навичок трьома мовами – англійською, німецькою, французькою.

- «QUIZLET» - комп'ютерна навчальна освітня гра, яка має багате віртуальне розширення та безліч візуальних ефектів. Сферою використання може бути, як класна діяльність так і позаурочна. Позитивними аспектами використання комп'ютерної гри «QUIZLET» є можливість встановлення безкоштовного набору навчальних комп'ютерних ігор на будь-яку операційну систему, можливість вчителем самостійної розробки завдань, відповідно до вікових показників [4].

- «Learningapps» - навчальна освітня платформа, яка дає можливість використовувати та розробляти навчальні освітні ігри, різного спрямування для освітніх потреб. Розробниками навчальних освітніх завдань можуть бути як вчителі, так і учні, адже програма має доступний інтерфейс

- «Duolingo» та «Duolingo для шкіл» - тренажери розроблені на основі простої та універсальної платформи, наявні тренажери розроблені для систематичної роботи з формування мовленнєвих навичок дітей та дорослих. Тренажери мають різні рівні навчальних-освітніх ігор для вибору відповідно до рівня навчально-виховних досягнень [4].

Застосування комп'ютерних лінгвістичних ігор для формування іншомовної граматичної компетентності учнів початкової школи є ефективним методом навчання та новим кроком у розвитку методики навчання іноземної мови у початковій школі. Наведені вище освітні інтерактивні ігрові ресурси підвищують загальну мотивацію та інтерес учнів до навчально-виховного процесу, сприяють вивченню важкого граматичного матеріалу.

Список використаної літератури:

1. Вовк О.І. Формування англійської граматичної компетенції у майбутніх учителів в умовах інтенсивного навчання. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук. – К: 2008. – С.8.
2. Методика навчання іноземних мов у початковій школі: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл / О. В. Котенко, А. В. Соломаха. – Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2015. – 356 с.
3. Riabushko Svitlana. Interactive Training: New approaches to the foreign language teachers' training // English. – 2003. – №8 (152). – Р. 7–8.
4. Формування іншомовної граматичної компетенції учнів початкової школи з використанням комп'ютерних лінгвістичних ігор [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.psyh.kiev.ua/Чемрат_О.Р._Формування_іншомовної_граматичної_компетенції_учнів_початкової_школи_з_використанням_комп'ютерних_лінгвістичних_ігор .

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, канд. пед. наук,
доцент Титаренко О. І.

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ НІМЕЦЬКОЇ НОМЕНКЛАТУРИ ССАВЦІВ

Німецька номенклатура ссавців є однією з численних національних номенклатур, що існують поряд із інтернаціональною латинською номенклатурою. Ця номенклатура спирається на зоологічну класифікацію, представлену Карлом Лінеєм ще у 1735 році у книзі *Systema Naturae* [2; с. 3].

Карл Лінней застосував дуже вдалу систему подвійних латинських назв живих організмів – бінарну номенклатуру, яка дозволила впорядкувати опис нових видів. Подібні за будовою види Карл Лінней відніс до одного роду. Подібні роди Лінней згрупував у ряди (порядки), ряди — в класи, а останні — в царства тварин і рослин. [1]

Зоологічна номенклатура, як і будь-яка інша номенклатура, є ядром терміносистеми і результатом складної взаємодії наукової та наївної картин світу певного народу. Особливістю організації німецької номенклатури ссавців є наявність розгалуженої й впорядкованої латинської номенклатури, найбільш уживаної в науковій літературі. Латинські номени вважають міжнародною номенклатурою, яка сприяє взаєморозумінню різних національних наукових спільнот теріологів, співіснуючи з національною термінологією. Національна німецька номенклатура протиставлена народним назвам, які зазвичай обирають базовий рівень категоризації, тобто акцентують увагу не на конкретних видових найменуваннях, а здебільшого на назвах класу, ряду, родини. Зоологічна номенклатура є ієрархічною системою, тому найвищим рівнем категорії є царина «Тварини». Клас «Ссавці», зокрема, поділяють на ряди, родини й роди. Найнижчим рівнем є вид, найменування якого співвідноситься з конкретним зоровим образом. Прикладом може бути місце видового зооніма *Eurasisches Eichhörnchen* зоологічній класифікації. Царина (Reich) *Tiere*, Тип (Ableitung) *Chordatiere*, Клас (Klasse) *Säugetiere*, Ряд (Ordnung) *Nagetiere*, Родина (Familie) *Hörnchen*, Рід (Gattung) *Eichhörnchen*, Вид (Art) *Eurasisches Eichhörnchen*.

За номінативним статусом німецькі номенклатурні назви тварин представлені непохідними одиницями, композитами та складеними найменуваннями. Композити та складені найменування складають основний масив досліджуваного матеріалу.

Непохідні назви не є мотивованими на рівні синхронії та похідними від будь-якого іншого слова. Гіперонімічні назви, наприклад, можуть бути непохідними і їхня мотивація встановлюється за етимологічним словником. Наприклад, назва родини *Igel* походить від слова «змія» (гр. *échis* «змія»), маючи на увазі «поглинач змій», оскільки їжак, крім жаб і мишей, їсть також і змій [4; с. 723].

Німецькі композитні назви ссавців складаються з двох чи кількох твірних основ чи коренів і переважно є двокомпонентними й трикомпонентними (*Hausspitzmaus*, *Fischotter*, *Baumrarder*, *Braunbrustige*). Однак у зоологічній номенклатурі німецької мови наявні також композити, які складаються з чотирьох компонентів: *Breitflügel fledermaus*, *Zweifarb fledermaus*. Композитні назви ссавців здебільшого не мають з'єднувальних морфем (*Rothirsch*, *Waschbär*) і можуть з'єднуватись за допомогою дефіса (*Eismeer-Ringelrobbe*, *Bechstein-Fledermaus*). Лише деякі композити мають з'єднувальні морфеми *-n-* та *-s-* (*Mückenfledermaus*, *Schweinswal*).

Складені зооніми являють собою синтаксичні конструкції, у яких на підставі підрядного зв'язку поєднуються два чи більше повнозначних слова [3; с. 667]: *Gemeiner Delphin*, *Kanadischer Biber*. У складі сполук можуть бути наявними композити: *Östliche Hausmaus*, *Große Hufeisennase*.

Особливістю німецької номенклатури ссавців є також наявність синонімічних рядів. Наприклад, ласка мала (*Mustelanivalis*) має щонайменше 4 зафіксовані німецькомовні синонімічні назви: *Mauswiesel*, *Kleinwiesel*, *Hermännchen*, *Zwergwiesel*. Заєць сірий (*Lepuseuropaeus*), позначається щонайменше трьома лексемами: *Feldhase*, *Mümmeler*, *Langohr*.

Німецька номенклатура ссавців відображає процеси концептуалізації та категоризації в теріологічному світобаченні.

Список використаної літератури:

1. Карл Лінней. Король систематики [Електронний ресурс] // Україна молода. – 2007. – Режим доступу: <http://www.umoloda.kiev.ua/number/930/203/33849>.
2. Рибалка Н.С., Рибалка Л.В. Особливості побудови англійської номенклатури ссавців. Сучасна наука в мережі Internet: Збірка матеріалів дев'ятої Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (25-27 лютого 2013 р.), Частина 3-я, – Київ: ТОВ «ТК Меганом», 2013. – 88 с.
3. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія / О.О. Селіванова. – П.: Довкілля, 2011. – 844 с.
4. Pfeifer W. Etymologisches Wörterbuchdes Deutschen / Wolfgang Pfeifer. – Berlin: Deutscher Taschenbuch, 2000. – 1665 с.

Науковий керівник: старший викладач кафедри німецької філології,
к. філол. н., старший викладач Стройкова С. А.

В. О. Кузьменко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕРВИННИХ ТА ВТОРИННИХ ВИГУКІВ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Вигуки – це особливі звуки, слова та фрази, що використовуються в мовленні для вираження як позитивних емоцій, почуттів: радості, захоплення, так і негативних: обурення, наказу, злості, тощо. Вони є засобом передачі ставлення до навколишнього світу.

Традиційно вигуки в німецькій лінгвістиці застосовують як загальний термін для сентиментальних слів (*ach!*, *pfui!*), ономатопетики (*peng!*, *plumps!*), вигуків блоків (*hüh!*, *hot!*), а також вторинних вигуків (*Donnerwetter!*, *O Mann!*). За лексичним критерієм вигуки розподілено на первинні і вторинні. Первинні вигуки походять від емоційних викриків людини, звуків що видають тварини, звуків природи. Вони є найбільш примітивними, оскільки повністю зберегли характер природних звуків[7, с. 308].

Вигуки, які походять від іменників, дієслів, прикметників, прислівників відносять до вторинних, оскільки вони, на відміну від первинних мають лексичне походження [7, с. 309].

Більшість вигуків німецької мови характеризується короткою, сконденсованою структурою і є первинними. Вони походять від емоційних викриків людини і мають низку специфічних ознак, до яких належать:

- 1) морфологічна аморфність і відсутність словозміни;
- 2) головна роль інтонації;
- 3) аномальність фонетичних властивостей.

За своєю формою однослівні вигуки поділяються на прості й складені. До простих ми відносимо первинні вигуки, які не утворені за допомогою редуплікації або шляхом складання основ первинних вигуків, а також ті, які мають спрощену структуру.

До простих первинних вигуків належать: *ach!*, *ah!*, *äh!*, *aha!*, *ähm!*, *au!*, *brr!*, *eh!*, *ei!*, *ha!*, *hach!*, *he!*, *hm!*, *na!*, *o!*, *oh!*, *pfui!*, *pst!*, *tja!* та ін. Однослівні вигуки, що мають форму "голосний + приголосний" – це емоційні вигуки, які походять від емоційних викриків. Їм притаманні семантично дифузні функції, і вони застосовуються в текстах для образної передачі різних психічних станів.

Вигук *ach!* є найбільш уживаним в мовленні і передає різні емоційні стани: радість, біль, печаль, скаргу, тугу, презирство, розчарування, здивування [1, с. 150].

Нижче наведений приклад відображає емоцію печалі, через неготовність героя виконати свою роботу.

(1) "*Ach! Ich bin kaum aufgewacht...Ich bitte um Verzeihung... ich bin noch ganz zerrauft...*" [2, с. 29].

Наступний приклад передає емоцію радості, яку підкреслює прислівник "*glücklich*".

(2) *"Ach, der rote Regenschirm! Friederike nimmt ihn glücklich in die Hand"* [5, с. 26].

Вигук *ah!* виражає такі емоції, як: задоволення, здивування, захоплення, полегшення та радість. Він також слугує для підсилення інтенсивності вираження зазначених емоцій.

(3) *"Ah, ah, schau, schau, ein Bewunderer kommt zu Besuch!" rief der Eitle von weitem, sobald er des kleinen Prinzen ansichtig wurde* [2, с. 40].

Емоція здивування, проілюстрована у наведеному вище прикладі, викликана неочікуваною зустріччю з маленьким принцом.

Вигуки, що заповнюють паузи при говорінні (*äh!*, *ähm!*, *hm!*, *eh!*, *tja!*) також є досить розповсюдженим явищем. Так, наприклад, вигуки *hm!* та *tja!* використовують у мовленні задля вираження роздуму, сумніву як це проілюстровано наведеними нижче прикладами:

(4) *"Hm... Cucub tat so, als könnte er sich nicht erinnern. Dein Name ist Will... Wilmi... Wilkilen!"* [3, с. 56].

Вигук *hm!* знаходиться в препозиції та виражає роздуми героя, який вдає, ніби нічого не пам'ятає.

(5) *"Tja, sagt die Mutter nachdenklich, ich glaube, es wäre das beste, wenn ihr zur Schwanen-Siena geht und sie um die Erlaubnis fragt, es euch zu holen"* [4, с. 30].

Вигук *tja!* в наведеному прикладі заповнює паузу, демонструючи роздум.

Вигук *o!*, *oh!* (*och!*) функціонує в текстах для вираження: радості, болю, печалі, здивування, розчарування.

В прикладі (6) проілюстровано емоцію жалю та співпереживання з героєм.

(6) *"O weine, Jüngling, weine! Dein Gott vergibt dir die Zähren"* [6, с. 393].

(7) *"Oh, diese Flecken, die wir heute machen! seufzt die Mutter"* [4, с.55].

Наведений вище приклад (7) виражає стан незадоволення, який викликаний поганим настроєм мами через забруднений одяг.

Таким чином, первинні та вторинні вигуки в сучасній німецькій мові відіграють важливу роль, оскільки за допомогою них ми виражаємо свої почуття та емоції.

Використання вигуків в контексті робить мовлення емоційно насиченим, виразним та образним.

Список використаної літератури:

1. Пилипко О. В. Функціонування однослівних вигуків в сучасному німецькомовному художньому дискурсі / О. В. Пилипко // Наукові записки національного університету «Острозька академія» : Філологія. – К.: КНЛУ, 2014. – С. 148-152

2. Wundt W. Völkerpsychologie. Eine Untersuchung der Entwicklungsgesetze von Sprache, Mythos und Sitte / Wilhelm Wundt. – Leipzig: W. Engelmann, 1904. – 698 S.

Список джерел фактичного матеріалу:

3. Antoine De Saint-Exupery Der kleine Prinz [Buch] / Antoine De Saint-Exupery. – Düsseldorf : Karl Rauch Verlag KG, 1984. – 92 S.

4. Bodoc L. Die Tage des Hirsches : Roman / Liliana Bodoc. – Frankfurt am Main : Suhrkamp Verlag , 2008. – 315 S.

5. Grashoff C. Hasenherzchen und das Haus am Schwanenteich : Karo Buch / Cok Grashoff. – Hannover : Neuer Jugendschriften Verlag, 1976. – 64 S.

6. Keilholz I. Nicht so eilig nicht so hastig : Weichert Buch / Inge Keilholz. – Hannover : A. Weichert Verlag, 1985. – 46 S.

7. Moritz K. P. Anton Reiser : Roman / Karl Philipp Moritz. – Frankfurt am Main : Insel Verlag, 1979. – 439 S.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н., доцент Тесля В. А.

НЕОЛОГІЗМИ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ НА ПОЗНАЧЕННЯ МОДИ ТА СТИЛЮ (НА МАТЕРІАЛІ ГЛАНЦЕВИХ ЖУРНАЛІВ)

З розвитком суспільства виникають нові поняття, предмети та явища, які потребують найменування, тому поява лексичних новоутворень – явище цілком закономірне. Під впливом зовнішніх чинників та суспільних процесів людина постійно змінює мову, удосконалюючи її, що приводить до динаміки мовного матеріалу та зумовлює еволюцію словникового складу мови [1; 143].

Лексичний склад будь-якої мови є найбільш рухливим та змінним компонентом мови. Оскільки слово несе насамперед змістову інформацію, то воно фіксує всі зміни в житті суспільства. У ХХІ сторіччі спостерігається розширення старих та поява нових областей номінації, пов'язане з бурхливим розвитком науки, техніки, засобів масової інформації тощо. Виникнення нового слова продиктоване прагматичними потребами. З наявного лексичного складу мовець обирає те, що найточніше відображає його думки та почуття. Якщо ж така лексична одиниця відсутня, то він часто вдається до неологічної лексики [2; 242].

Проблемам неології та неологізації в німецькій мові присвячені праці відомих лінгвістів В. Девкіна, О. Розен, М. Степанової, І. Чернишової, О. Огуя, Th. Schippmann, H. Gluck та ін [1; 128].

Важливим для дослідників у процесі збагачення словникового запасу є поняття «**неологізм**» (**інновація**). Виникає необхідність у його уточненні. Так, у науковій літературі «**неологізм**» визначається як «мовна одиниця, що утворена для визначення нового поняття» [3; 174]; «слова або звороти, що створені для позначення нового (раніше не відомого) предмета або для вираження нового поняття» [2; 5].

Отже, вихідною точкою для визначення поняття є лексична одиниця, яка характеризується єдністю плану вираження та змісту, форми й значення. Неологізм відрізняється від усталених лексичних одиниць тим, що за своїм значенням і формою або лише за значенням у певному комунікативному суспільстві та через певний проміжок часу він сприймається як нове слово.

Сьогодні поняття «**неологізм**» набуває широкого змісту, оскільки, крім інновацій літературної мови, існує велика кількість одиниць, які знаходяться на «периферії» її системи (терміни, професіоналізми, сленгізми, жаргонізми тощо). Перетворення подібних одиниць на одиниці загальної мови робить їх інноваціями як із позиції розвитку словникового складу, так і у зв'язку з їх сприйняттям як неологізмів більшістю носіїв, оскільки вони були відомі лише незначній їх частині.

Неологізми можна розділити на такі групи:

- 1) лексичні (нові слова);
- 2) фразеологічні (нові стійкі словосполучення);
- 3) семантичні (нові лексико-семантичні варіанти слів або семантичні варіанти стійких словосполучень);

4) словотворчі інновації (які матеріально втілюються в нових словотворчих елементах, у «нематеріальному» вигляді вони представлені новими словотвірними моделями) [2; 180-181].

Сучасні німецькі філологи, що займаються вивченням проблеми неологізмів виділяють два типи неологізмів: **нова лексема** та **нове значення** або **нова семема**.

Нові лексеми є лексемами, що складаються з одного або групи слів, які не існували в такій єдності форми і значення в німецькому словниковому складі на більш-менш визначений момент часу відносно сьогодення. У відповідності до способу утворення нових лексем розрізняються наступні підгрупи: **вкрай рідкісні новоутворення**, які виникають не за аналогічними способами утворення, і **дуже розповсюджені новоутворення**, де мова, як правило, йде про композити і деривати, які утворені за внутрішнім або запозиченим способом словотворення. Коли ми говоримо про нову лексему, мова йде про лексичні одиниці, за допомогою яких ми вперше даємо ім'я новим явищам або новим обставинам. Вони складають найбільшу частку неологізмів у словниковому складі мови. Нові лексеми можуть бути:

1. новоствореними словами, тобто як форма слова, так і значення є новими: *Cargohose* (брюки карго).
2. фіксованими сталими комбінаціями слів: *den Ball flach halten* (не хвилюватися), *im grünen Bereich* (в нормі).
3. запозиченнями з інших мов: *T-Shirt* (футболка) (запозичення з англійської), *Downsizing* (скрочувати) (запозичення з англійської), *Kostüm* (жіночий костюм) (запозичення з французької) [4; 87].

У порівнянні з новими лексемами складова частина нового значення, є відносно невеликою. Нове значення значно важче розпізнати, ніж нові лексичні одиниці, тому що ключові слова вже існують в мові, і на нове значення можуть вказувати лише незвичайні контекстуальні слова [1; 8]. Неологізми німецької мови відбивають прагнення мовців відбирати найбільш раціональні для цілей спілкування мовні засоби, а саме:

- а) аббревіатури, скорочення: *Teuro* (*teuer* + *Euro*) (дорогий євро), *Modeerscheinungen* (*Mode* + *erscheinungen*) (модний зовнішній вигляд);
- б) складні слова: *Eurozone* (євროзона), *Osterweiterung* (укрупнення), *das Steuerbegünstigungsabbaugesetz* (закон про зменшення податкових пільг) тощо;
- в) похідні неологізми, утворені за допомогою словотвірних афіксів: *das Unwort* (неправильне слово), *die Globalisierung* (глобалізація);
- г) запозичення: *Jeans* (джинси), *Shorts* (шорти), *Pullover* (світер) (з англійської мови), *Paparazzi* (папарацці) (з італійської мови), *Kimono* (кімоно), *Tamagotchi* (тамагочі) (з японської мови). Багато англо-американизмів знаходимо в таких професійних сферах, як спорт, мода, музика, реклама, економіка, техніка, інформаційно-комунікаційні технології тощо, наприклад: *Fan* (прихильник), *Match* (матч), *Job* (робота), *Team* (команда), *Computer* (комп'ютер), *Know-how* (знання), *Holdering* (проведення) тощо.

Отже, як зауважує М. Мостовий, «мова жваво відгукується на злободенні, а то й просто модні речі, явища, події, і навіть поодинокі вислови осіб можуть набирати тимчасової популярності». Частина їх із часом зникає, а частина переходить в історизми, звісно, якщо людство про них пам'ятає [3; 176–177]. Причинами появи неологізмів у німецькій мові є інформатизація та комп'ютеризація суспільства, вплив шоу-бізнесу й реклами, міжнародний тероризм, екологічна політика тощо.

Список використаної літератури:

1. Огуй О. Д. Лексикологія німецької мови / О. Д. Огуй. – Вінниця : Нова книга, 2003. – 416 с.
2. Зацний Ю. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник / Ю. Зацний, А. Янков. – Вінниця : Нова Книга, 2008. – 360 с.
3. Мостовий М. Лексикологія англійської мови : [підручник для ін-тів і фак. інозем. мов] / М. Мостовий. – Х. : Основа, 1993. – 256 с.
4. Wolf-Bleiß, Birgit (2009): Neologismen – Sprachwandel im Bereich der Lexik. In: Siehr, Karl-Heinz/Berner, Elisabeth (Hrsg.). Sprachwandel und Entwicklungstendenzen als Themen im Deutschunterricht: fachliche Grundlagen. - Potsdam : Universitätsverlag Potsdam. – S. 83 – 101.
5. Heller, Klaus u.a. (1988): Theoretische und praktische Probleme der Neologismenlexikographie. Überlegungen und Materialien zu einem Wörterbuch der in der Allgemeinsprache der DDR gebräuchlichen Neologismen. – Berlin: Akad. der Wiss. der DDR, Zentralinst. für Sprachwiss. (Linguistische Studien: Reihe A, Arbeitsberichte 184).

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Снісар А. В.

Н. О. Марчук

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З КОМПОНЕНТОМ-ЗООНІМОМ

Фразеосистема німецької мови містить значний корпус одиниць, в основі яких лежать відомі назви тварин, які виступають засобом образної характеристики людини, набуваючи при цьому різної символіки. Окремі тварини стали уособленням тієї чи тієї риси характеру людини.

Наголосимо, що основним складником зоонімічного порівняння є іменник-зоонім. Разом з тим важливо зазначити, що специфіка структурно-семантичних німецьких

компаративних фразеологізмів полягає в тому, що певні властивості або процеси передаються через порівняльну групу або порівняльне підрядне речення, яке вводиться сполучниками *wie* та *als* [3, с. 374], причому, як свідчать наведені нижче приклади, сполучник *wie* є компонентом набагато більшої кількості німецькомовних фразеологічних одиниць, ніж *als*.

Беручи до уваги результати наукових розвідок упорядників видання «Символи в мові та культурі» [4], простежимо, як відбиваються окремі риси тварин у порівняльних фразеологізмах німецької мови.

Так, борсук у Німеччині – символ працьовитості, запасливості. Саме тому людей, які наділені такими рисами, часто порівнюють з цією істотою:

arbeiten wie ein Dachs – працювати як віл [4, с. 136];

essen wie ein Dachs – їсти мов не в себе [4, с. 136].

З собакою, зазвичай, асоціюють людей, які полюбляють чвари, стають причиною сварок або ж тих, над ким можна познущатися:

wie die Hunde um einen Knochen raufen – гризтися як собаки за кістку [1, с. 352];

jemand ist bekannt wie ein bunter Hund – кожний стрічний його знає [1, с. 87];

jemanden wie einen Hund behandeln – знущатися з кого-небудь [1, с. 353];

er steckt voller Dummheiten wie der Hund voller Flöhe – дурачків у нього хоч відбавляй [1, с. 352].

Вартий уваги ще один приклад. Так, корова у слов'ян – це годувальниця, яка рятує родину в найскрутніші часи, її не ототожнюють з негативними рисами людей, натомість у носіїв німецької мови вона викликає асоціації з людиною, яка погано знається на своїй справі:

soviel von etwas verstehen, wie die Kuh vom Sonntag – знатись на чомусь, як сліпий на кольорах [1, с. 413];

der Mensch ist wie eine Kuh, er lernt immer was dazu – вік живи, вік учись [1, с. 414];

dastehen wie die Kuh vor dem neuen Tor – вирячитись як теля на нові ворота [1, с. 413];

etwas passt jemandem hinein, wie eine Kuh in die Akademie – щось пристало кому-небудь як свині наритники [1, с. 413].

Як бачимо, особливо продуктивними в німецькій фразеології є ті зооніми, що характеризуються незвичними та помітними, чітко вираженими рисами. Натомість за схожістю з окремими тваринами, які не виділяються чимось особливим, знаходимо небагато фразеологічних порівнянь. Наведемо окремі з них:

– працювиту людину порівнюють з мурахою: *emsig wie eine Ameise* – працю- витий як мурашка [1, с. 29];

– неповоротку людину часто ототожнюють зі слоном: *sich benehmen wie ein Elefant im Porzellanladen* – поводитися як слон у посудній крамниці (незграбно) [2, с. 112];

– активна та швидка в прийнятті рішень особа нагадує білку: *flink wie Eichhörnchen* – моторний як білка [1, с. 166];

– надто повільну людину називають мухою: *matt wie eine Fliege* – як сонна муха [1, с. 211].

Зауважимо також, що переважну більшість фразеологізмів із зоонімічним компонентом у німецькій мові побудовано на порівнянні людини зі свійськими тваринами, а не представниками дикої фауни. Також у лінгвістичному спадку німецької мови майже не знаходимо фразеологічних порівнянь, компонентом яких є екзотичні для Західної Європи тварини.

Отже, виконуючи функцію образної характеристики людини, зооніми у складі фразеологічних порівнянь відображають суб'єктивне ставлення мовця до адресата висловлювання, допомагаючи при цьому дослідникам німецької мови отримати інформацію про культурне та соціальне життя Німеччини.

Список використаної літератури:

1. Німецько-український фразеологічний словник : у 2 т. / укл. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. – Т. 1. – К. : Рад. школа, 1981. – 418 с.
2. Німецько-український фразеологічний словник : у 2 т./ укл. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. – Т. 2. – К. : Рад. шк., 1981. – 328 с.

3. Пророченко О. П. Принципи наукової систематизації сучасної німецької та української фразеології / О. П. Пророченко // Німецько-український фразеологічний словник : у 2 т./ укл. В. І. Гаврись, О. П. Пророченко. – Т. 2. – С. 366–377.

4. Dobrovolskij D. Symbole in Sprache und Kultur: Studien zur Phraseologie aus kultursemiotischer Perspektive / D. Dobrovolskij, E. Piirainen. – Bochum : Brockmeyer, 1997.

Науковий керівник: старший викладач кафедри німецької філології
к. пед. н., старший викладач Левицька Л.А.

N. O. Martschuk, O. M. Murachovska
Nationale Bohdan-Chmelnytskyi Universität Tscherkasy

POLYSEMIE DER AUTOSEMANTIKA IM BAYERISCHEN (IM MATERIAL DES BAYERISCHEN)

Bayerisch ist eines der vielen Dialekte, die ein wichtiges Bestandteil des modernen Binnendeutschen sind.

Die bairischen Dialekte werden im Osten des oberdeutschen Sprachraums gesprochen – sie werden daher auch als Ostoberdeutsch bezeichnet [2].

„Von den grammatischen Besonderheiten her ist das Eigengepräge des Bairischen gegenüber dem Schriftdeutschen so stark, dass allein diese Tatsache genügt, dem Bairischen den Status einer eigenen Sprache zu verleihen.“ – Robert Hinderling [1].

Im Mittelpunkt unserer Betrachtung steht solche semantische Universalie wie Polysemie. Unter diesem Terminus versteht man die Fähigkeit eines Wortes (einer Wortform oder eines Formativs), mehrere miteinander verbundene/ zusammenhängende Bedeutungen zu haben. Mehrdeutige oder polyseme Wörter sind innerhalb des Bedeutungsgefüges strukturiert. Man unterscheidet grammatische und lexikalische Polysemie [4].

Die vorliegende Untersuchung beschäftigt sich mit der lexikalischen Polysemie der Autosemantika des Bayerischen Dialektes.

Es wurden Wörterbuch dieses Dialektes analysiert [3] und bestimmte polyseme Wörter festgestellt.

Wie die Belege zeigen, haben die meisten Substantive zwei Bedeutungsvarianten, z.B.:

Dirndl – 1. Mädchen, 2. Dirndlkleid

Dracha – 1. Drache, 2. ungebärdige Person

Dust – 1. Rauschzustand, Benommenheit, 2. Glück

Gwüff – abfällig 1. Mund, 2. Gesicht

Gurgl – 1. Gurgel, 2. Hals

Hämme – 1. Hammel, 2. rücksichtsloser Mensch

Auch bei Verben dieses Dialektes sind mehrdeutig und haben in der Regel zwei Bedeutungsvarianten, z.B.:

saun – 1. unsauber arbeiten, 2. sudeln

scheicha – 1. scheuen, 2. scheuchen

passn – 1. auflauern od. lauern d warten, 2. (einem) taugen

oziagn – 1. anziehen a) Kleid, b) Wagen, 2. sich stärker ins Zeug legen

rängln – 1. ringen, 2. ein Geplänkel haben

rausschaugn – 1. Fenster herausschauen, 2. Profit od. Erfolg bringen

Für die Wortart Adjektive in diesem Dialekt ist auch Polysemie charakteristisch, z.B.:

schee – 1. schön, 2. soviel gründlich, sehr

poistert – 1. gepolstert, 2. gut unterwachsen

räss – 1. scharf, 2. bissig, schwer zu nehmen

abbrennt – 1. abgebrannt, 2. finanziell am Ende

dabrüslt – 1. zerbröselst, 2. völlig erschöpft, 3. tödl. verunglückt

dafeit – 1. verfault, 2. abgefeimt

Die Ergebnisse unserer Untersuchung könnten ihre Anwendung in solchen universitären Disziplinen wie Lexikologie und Sprachwissenschaft der deutschen Sprache finden.

Literaturverzeichnis:

1. Bairische Sprache, Dialekte und Mundarten. In: fbsd.de. Förderverein Bairische Sprache und Dialekte e. V., abgerufen am 13. Januar 2017.
2. Göttert, K.-H. Alles außer Hochdeutsch / Karl-Heinz Göttert. – Berlin: Ullstein Buchverlage GmbH, 2011. – 384 S.
3. Ringseis, F. Neues Bayerisches Wörterbuch / Franz Ringseis. - München: Südwest Verlag GmbH & Co. KG, 1997. – 352 S.
4. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля, 2006 – 716 с.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н., доцент Поліщук Н. М.

I. P. Морзун

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СЕМАНТИЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВИСЛОВЛЮВАНЬ ПОХВАЛИ

За останні десятиліття у лінгвістиці багато уваги було приділено дослідженню мовленнєвих актів (МА). Найпоширенішим засобом для висвітлення позитивної думки є похвала, де головний зміст полягає в оцінці і безпосередньо пов'язаний з категорією «добра», що належить до групи МА. Проте у процесі спілкування виникає проблема ідентифікації досліджуваного МА, що в свою чергу, призводить до неправильного розуміння ситуації, а іноді й до комунікативних девіацій. [1, с. 3].

Лексичні засоби репрезентації похвали можна зобразити у вигляді лексико-семантичного поля. Воно становить складну, багатопланову єдність семантично об'єднаних та взаємодіючих одиниць. Аналізуючи лексико-семантичне поле похвали в німецькій мові, вирізняємо його **ядро (інтенціонал)**, представлене **архісемою**, – компонентом, навколо якого розгортається поле. Ядром семантичного поля засобів номінації похвали вважаємо архісеми *gut (добрий)*, оскільки вона міститься в усіх словникових дефініціях лексичних одиниць, що формують похвалу [2, с. 253].

Приядерну зону лексико-семантичного поля творять лексичні одиниці, котрі мають інтегральне, спільне з ядром і між собою значення. До цієї частини лексико-семантичного поля похвали в німецькій мові належать:

1) прикметники, які передають позитивно-оцінне значення: *nett (приємний), schön (гарний), großartig (чудовий), wunderbar (чудесний), ausgezeichnet (відмінний), fleißig (старанний), gutherzig (добродушний), erzogen (вихований), ernst (серйозний), anständig (правильний), kostbar (дорогоцінний), phantastisch (фантастичний), beeindruckend (вражаючий), mutig (сміливий), klug (тямущий), begabt (талановитий), intelligent (інтелегентний)*. Прикметник – найуживаніша частина мови у реалізації похвали, тому тут і використовуються усі можливі прикметники, що передають позитивну оцінку.

2) іменники: *Fachmann (спеціаліст, професіонал), Spezialist (спеціаліст, експерт), Meister (майстер), Genie (геній), Meisterwerk (шедевр), Muster (зразок, модель)*;

3) дієслова: *gefallen (подобатися), lieben (любити), vergnügen (веселити, розважати), bewundern (захоплюватися), rühmen (славити)*;

4) дієприкметники *erschlagen sein (бути приголомшеним), begeistert sein (бути в захваті)*;

5) прислівники: *nett (приємно), richtig (як слід, добре), toll (прекрасно)* [2, с. 254].

Периферія поля складається з одиниць, найвіддаленіших за значенням від ядра. Вони деталізують та конкретизують основне значення поля. До периферії лексико-семантичного поля похвали належать багатозначні слова, які мають значення позитивної оцінки, але їх можна зараховувати і до інших лексико-семантичних полів. Аналіз німецького корпусу

засвідчує, що сюди належать лексеми *groß* (великий), *einmalig* (одноразовий), *eisern* (залізний), *blendend* (сліпучий), *verständlich* (зрозумілий), *männlich* (мужній); *Köpfchen* (розум), *Höhepunkt* (вершина), *Engel* (ангел); *finden* (знаходити), *lernen* (вчити), *anbetten* (поклонятися), *schmecken* (подобатися), *sich verlassen* (покладатися на) [2, с. 254].

До того ж, до периферії належать такі лексико-морфологічні засоби як підсилювальні частки, прислівники й емоційні вигуки. Вони постають у вигляді інтенсифікаторів і, поєднуючись із оцінними операторами, виражають різні відтінки оцінного ставлення. Так, згідно з аналізом корпусу, зафіксовано наступні: *Ach!*(*Ax!*), *Oh!*(*Ox!*), *O!*(*O!*), *Mensch!*(*Людино!*), *O, Gott!*(*О, Боже!*), *Donnerwetter!* (*Боже!*), *sehr* (дуже), *so* (таким чином, ось так), *wirklich* (дійсно), *ganz* (безумовно), *besonders* (особливо) [2, с. 254].

Виокремлено три семантичних типи похвали:

- 1) похвалу-констатацію;
- 2) експресивну похвалу;
- 3) похвалу-прославлення [2, с. 255].

До першого типу похвали належать випадки, коли йдеться про побутові ситуації, позитивні якості яких не викликають у адресанта надзвичайних емоцій, але їхнє визнання, на думку мовця, необхідне. Така похвала реалізується без інтенсифікаторів, вигуків, вираження захоплення, окличних конструкцій, з використанням оцінно-нейтральної лексики, – *gut* (добрий), *schön* (гарний), *nett* (приємний): «*Ich denke, wir überlassen erst einmal Emma das Feld*», *turmelte Rodenstock*. «*Sie ist ein guter Eisbrecher*». *Er legte ihr den Arm um die Schultern* («Думаю, ми спочатку залишемо поле Еммі», пробурмотів Роденсток. «Вона хороший криголам». Він поклав руки їй на плечі). Даний приклад ілюструє похвалу адресата, що підтверджує наявність у нього гідних похвали вмінь, навичок чи здібностей [2, с. 255].

Другий тип похвали реалізується у випадках, коли адресант захоплений діями або якостями адресата. Його емоційний стан зріс, він має на меті виразити свої емоції, і робить це за допомогою експресивного висловлення. У похвалі такого позитивна оцінка підсилюється за допомогою прийменника *sehr*() «[...] *Was macht dein Häuschen, Emma?*» «*Der Architekt hat die ersten Zeichnungen geschickt. Sehr schön, sehr edel, sehr großzügig [...]*» («Що робить твій будинок, Емма? «Архітектор надіслав перші малюнки. Дуже гарний, дуже шляхетний, дуже благородний) [2, с. 255].

Похвала другого типу може розпочинатися з вигуку або ж мати підсилене емоційне забарвлення: «[...] *Ich dachte, du wärest deines Vaters Liebling. Und du liebst ihn am meisten*». «*Oh, gewiß hab ich ihn lieb; er ist so gut und erfüllt uns jeden Wunsch*» («Я думала, що ти був батьковим улюбленцем. І ти любиш його найбільше. Так, звичайно я люблю його; він такий хороший і виконує кожне наше бажання) [2, с. 255].

Похвала-прославлення характеризується найвищим рівнем емоційності, притаманному мовцеві у висловленні похвали. Цей тип властивий певним ситуаціям, де йдеться про значні, інколи навіть величні, гідні подиву та поваги вчинки, котрі викликають зачарування та захоплення і реалізуються здебільшого у ситуаціях публічного характеру. Виражається похвала-прославлення зазвичай складним реченням, передбачаючи використання вигуків та відповідної тональності захоплення: *Dann kam Lossenkian mit seiner jungen Freundin. Diesmal trug er wieder einen Vollbart*. «*Du warst phantastisch, Carlo, wirklich phantastisch*» (Помім прийшов Лоссенкян зі своєю молодого подругою. Цього разу він знову носив бороду. «Ти був фантастичний, Карло, дійсно фантастичний.) [2, с. 256].

Отже, похвала має місце в комунікативній ситуації, спрямованій на співпрацю, бажання підтримати комунікативний комфорт і в такий спосіб поліпшити емоційний стан співрозмовника.

Список використаних джерел:

1. Паламар Н.І. Місце мовленнєвого акту похвала серед оцінних мовленнєвих актів / Н.І. Паламар // Іноземна філологія. – 2015. – вип. 128. – С. 3-8.
2. Паламар Н.І. Лексико-семантичний аспект мовленнєвого акту похвали / Н.І. Паламар // Філологічні науки. – 2018. – № 1. – С. 253-258.

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Снісар А. В.

ЛЕКСИЧНІ ІГРИ НА УРОКАХ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ

Засвоєння лексики є необхідною передумовою для формування мовної компетенції учня при вивченні іноземної мови. А успішне оволодіння навичками спілкування можливе лише за умови цілеспрямованого вивчення лексичного матеріалу. Проте, з часом учні втрачають інтерес, а тому завдання вчителя – зацікавити учнів. З цією метою на уроках німецької мови доречно використовувати лексичні ігри.

Ряд методистів, зокрема: Г.Р. Григоренко, М.П. Васильченко, Н.В. Кудикіна вважають гру формою спілкування людей. І справді, поза контактами, взаємодією, взаєморозумінням ніякої гри між людьми бути не може. Разом з тим спілкування слід розглядати і як головне енергетичне джерело гри, яке підсилює її емоційний бік [1, с. 46].

Найпотужнішою лексичною грою вважається рольова гра. Неформальна постановка, під час якої учні розігрують сценки або ситуації не лише добре розвиває навички вільного говоріння, але й збагачує словниковий запас.

Залежно від цілей та завдань заняття використовують різноманітні ігри, їх пропонують у процесі закріплення навчального матеріалу та на етапі його активізації в мові учнів. Ігри можуть бути як окремими елементами заняття, так і повноцінною формою уроку [1].

Рольова гра – це ситуативно-варіативна вправа, яка поєднує в собі елементи ігрової та навчальної діяльності. Під час таких ігор учні набувають досвіду спілкування іноземною мовою, і це спілкування є не лише мовленнєвим, а ще й включає в себе міміку, жести, емоції, рухи та відповідну поведінку, яка залежить від заданої ситуації [2].

Ігри, елементи гри на кожному етапі уроку знімають стрес, розвивають моральні, комунікативні якості, створюють позитивну психологічну атмосферу, бажання продовжити контакт, розширити сферу спілкування [2, с. 55-59].

У ході гри на основі зміни ролей та ігрових ситуацій відбувається соціалізація учнів. Ігри поділяються на імітаційно-моделюючі та рольові. Імітаційно-моделюючі ігри включають у себе розподіл ролей, але вони мають менше значення, ніж у рольових іграх. Рольова гра сприяє розширенню асоціативної бази для освоєння мовного матеріалу, сприяє формуванню навчального партнерства, адже виконання припускає охоплення групи учнів. До того ж, рольова гра будується не тільки на основі діалогу, але і полілогу, тож учні повинні взаємодіяти, точно враховуючи реакцію один одного, допомагаючи одне одному [3].

Застосування гри на уроках іноземної мови в школі є одним із найефективніших підходів до навчання. Гра полегшує засвоєння досить складної інформації для дитини, активізує її уважність, а також виробляє «вміння навчатися» самостійно. На щоденних уроках неможливо обійтися без комунікативно-ігрових лексичних вправ, нестандартних ситуативних ігор з теми, що вивчається.

Використання рольових ігор на занятті німецької мови дозволяє студентам виступати в ролі авторів, творців, підвищує творчий потенціал, розширює загальний світогляд, підвищує рівень практичного володіння німецькою мовою, формує навички самостійної діяльності. Ігри не лише допомагають засвоїти і закріпити мовний матеріал, вони мотивують і стимулюють спілкування студентів німецькою мовою, знімаючи мовний бар'єр, напругу, боязливість. Гра як одна зі стратегій комунікативного навчання, надає заняттю німецької мови нестандартності, робить його творчим, веселим, захоплюючим та ефективним [2].

Тож, можемо зробити висновок, що лише через гру учні мають можливість не лише механічно засвоювати матеріал, а й душевно сприймати. Завдання оживають, приживаються, починають жити у душах учнів, які й самі починають відчувати своє життя по-новому. А це позначається на світосприйманні, поведінці, спілкуванні між собою та учителем та на виробленні комунікативних здібностей.

Список використаної літератури:

1. Бойко Н.В., Іванова Л.О. Дидактичні ігри на уроках німецької мови для початкової школи, 2015.

2. Дзєціна С.І., Наумова Т.В. Ігри на уроках німецької мови: теорія та практика // Програмно-цільове та навчально-методичне забезпечення сучасного методичного простору, 2017.
3. Коцуrowsька Г.В. Використання ігрових елементів на уроках німецької мови // Доповідь, 2017.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. пед. н., доцент Титаренко О. І.

Н. В. Нестеренко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СФЕРИ ВЖИВАННЯ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

Фразеологія – це найяскравіший та найдієвіший елемент у вивченні мови [1].

Словниковий склад мови – це не тільки слова, а й стійкі словосполучення. Для того, щоб сповна висловити свої думки, варто використовувати у мовленні сполучення декількох повнозначних слів або фразеологічних зворотів. Вони образно передають поняття та супроводжуються певним емоційним забарвленням. Саме тому володіння іноземною мовою передбачає й вивчення та вміле володіння її фразеологією [2].

Слід підкреслити, що фразеологізми – це особливі мовні знаки, які виконують не лише комунікативну, але й культурну функції, вони образно передають інформацію про навколишній світ і одночасно транслюють культурні смисли, стереотипні уявлення, тощо. Фразеологізми являють собою засіб образного відображення світу, вбираючи в себе історичні та міфологічні події, релігійні та етичні уявлення певного етносу різних епох і поколінь. Людський фактор відіграє найважливішу роль у створенні фразеологізмів, адже велика їх кількість пов'язана з людиною і різноманітними сферами її діяльності [3].

Якщо говорити про виникнення та становлення фразеологізмів у сучасній німецькій мові, то їх розвиток можна умовно розділити на такі групи:

- **народна творчість, казки та пісні:** *Frau Holle schüttelt die Betten / Federn aus.* Цей вислів розповідає про метеорологічні особливості й означає «*йде густий сніг*». З цим явищем пов'язують персонажа казки братів Грімм.

- **література:** наприклад, фразеологізм *eine Milchmädchenrechnung machen* має в основі історію про *Milchmädchen* – персонажа байки Жана де Лафонтена, XVII ст. «Розповідь про дівчину з глечиком молока».

- **Біблія:** *Zu etwas kommen wie die Jungfrau zum Kind* має значення «*отримати щось бажане без докладання великих зусиль*». Походження вислову відсилає до догмату непорочного зачаття Ісуса.

- **професійні сфери:** *Grüß mir meine Witwe!* Фразеологізм походить з мови солдатів: так кажуть для застереження від небезпечного вчинку або дії. У Берліні це застереження звучить як *Sonst hinterläßt du eine Witwe! Eine böse Frau ist der Schiffbruch des Mannes* – вислів, джерелом якого є мореплавство, а саме поняття *Schiffbruch* – аварія корабля. Із цією лексемою існує сталий вислів *Schiffbruch erleiden: scheitern, keinen Erfolg haben*, тобто зазнати невдачі.

- **тваринний і рослинний світ:** варто наголосити на тому, що характеристики зовнішніх і внутрішніх ознак людей, їхніх дій, психічних і фізичних станів відображено у фразеологічних одиницях за допомогою фітонімів та зоонімів. Часто вони виступають як емоційно-експресивні еквіваленти вже існуючих у мові найменувань. Наприклад, *gleichberechtigte Ziege, alte Ziege, eine dumme Ziege, eine dumme Kuh, eine dumme Henne*.

Важливо зазначити, що виникнення фразеологічних одиниць відбувається й сьогодні. У сучасній німецькій мові фразеологізми з'являються у різних сферах життя і відображають нові події дійсності [4].

Слід зауважити, що метафоричність, емоційність, експресивність – це ті якості фразеологізмів, які надають мові образності та виразності. Адже фразеологізми не лише відображають уявлення кожного народу про світ та їхні специфічні ментальні особливості, а й усю складність і багатогранність мови. Саме тому вони є необхідними у використанні сучасної німецької мови.

Список використаної літератури:

1. Білоноженко В. М., Гнатюк І. С. Функціонування та лексикографічна розробка українських фразеологізмів // В. М. Білоноженко, І. С. Гнатюк. – К. : Наукова думка, 1989. – 156 с.
2. Баран Я. Фразеологія : знакові величини: навч. пос. [для студ. фак. інозем. мов] // Я. Баран, М. Зимомря, О. Білоус, І. Зимомря. – Вінниця: Нова Книга, 2008. – 256 с.
3. Сарапулова А. В. Из истории фразеологических оборотов в немецком языке / А. В. Сарапулова // Иностранные языки в школе. – М., 2006. – № 2. – С. 72–75.
4. Phraseologismen und Sprichwörter in der modernen deutschen Sprache // http://www.sprichwortplattform.org/attach/Ergebnisse/Fachver%C3%B6ffentlichungen_AP%208_Marek_ZI%C3%ADn_2010_Sprichwort-Monographie.pdf

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Ковтун Я. П.

Р. Р. Новікова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ: ВИМОГА ЧИ НЕОБХІДНІСТЬ?

Сучасний стан розвитку міжнародних зв'язків, вихід України до європейського та світового простору зумовлюють розглядати іноземну мову як важливий засіб міжкультурного спілкування. Основне призначення іноземної мови як предметної галузі шкільного навчання – сприяти оволодінню учнями уміннями і навичками спілкування в усній та писемній формах відповідно до мотивів, цілей і соціальних норм мовленнєвої поведінки у типових сферах і ситуаціях. Учень може оволодіти нею у процесі комунікативного іншомовного спілкування в пізнавальному, розвивальному, виховному та навчальному аспектах, тобто іншомовна освіта охоплює всі сфери діяльності людини.

Згідно Концепції «Нова українська школа» сучасна школа має стати осередком культурно-освітнього середовища, що передбачає підвищення загальної культури усіх суб'єктів освітнього процесу і самоцінності кожної особистості, виховання на національних і загальнолюдських цінностях. У сучасному світі важливою є мовна культура учнів як особистісна і суспільно значуща цінність, що передбачає належне володіння державною мовою та здатність спілкуватися іноземною мовою. Базовий навчальний план початкової загальної освіти [1] передбачає вивчення іноземної мови (англійської, німецької, французької, іспанської), починаючи з 1-го класу загальноосвітніх навчальних закладах.

Під початковим етапом у сучасному загальноосвітньому навчальному закладі розуміють той період навчання, під час якого формуються основи іншомовної комунікативної компетенції, потрібні та достатні для подальшого їх розвитку й удосконалення. Тут відбувається становлення початків фонетичних, лексичних, граматичних та орфографічних навичок та вмінь аудіювання, говоріння, читання й письма у межах програмних вимог. У всьому шкільному освітньому курсі початкова освіта розглядається як перший ступінь у новій структурі вітчизняної шкільної 12-річної освіти, перед якою ставляться завдання, що відповідають світовим тенденціям розвитку цієї соціальної галузі.

У стратегічних концептуальних документах, пов'язаних із новою школою, зазначається, що на першому початковому етапі освіти відбувається становлення особистості молодшого школяра, виявлення і розвиток його здібностей, формування умінь і бажань навчатись. У цей період, окрім навичок навчальної діяльності, учень оволодіває елементами культури мовлення і поведінки [2].

Проблемі раннього навчання іноземних мов приділяли значну увагу (Л. С. Виготський, Н. Д. Гальскова, С. Л. Рубінштейн, Г. В. Рогова, О. О. Леонт'єв, В. С. Цетлін, О. С. Ханова, Дж. Брунер, Е. Пулгрем та ін.). Узагальнення вітчизняного та зарубіжного науково-практичного досвіду 40-80-х рр. ХХ ст., дає змогу виокремити такі чинники, які зумовили започаткування раннього навчання іноземної мови (ІМ):

- традиційний початок вивчення ІМ у 5-му класі не є ефективним, оскільки учні середнього шкільного віку мають розвинене мислення, а відтак примітивний за змістом навчальний матеріал з іноземної мови (оволодіння звуками і буквами ІМ, простота висловлювань, характерна для початкового етапу тощо) не задовольняє їхні пізнавальні потреби. Вони знаходяться в тому перехідному віці, коли соромляться виконувати звукові (фонетичні) вправи. Також учні розпочинають систематично вивчати основи наук з усіх предметів і не мають достатньо часу, щоб розвивати навички іншомовного спілкування. Водночас, учні молодшого шкільного віку охочіше виконують такі завдання. Відтак, раннє навчання ІМ давало змогу співвіднести віковій особливості учнів із складністю навчального матеріалу.

- молодший шкільний вік є найбільш сприятливим для лінгвістичного розвитку дитини завдяки здатності дітей до імітації та імпринтингу. Діти швидко й ефективно можуть оволодіти рідною, а водночас й ІМ, завдяки тому, що процес навчання у дітей відбувається не інтелектуально, а інтуїтивно. Практика свідчить, що з віком інтелектуальні здібності витісняють інтуїтивні здібності до оволодіння мовою, і цей процес стає складнішим. Згодом нейрофізіологічні дослідження підтвердили, що у період між 7 і 11 роками відбувається прискорений розвиток тієї ділянки кори головного мозку, яка відповідає за розвиток мовлення людини. В той же час, у період статевого дозрівання, пік якого припадає на 13-15 років, розвиток цієї ділянки кори головного мозку різко припиняється. Висновок, який роблять дослідники вказує на те, що «критичний період», коли діти мають найбільші здібності до вивчення іноземних мов відповідає початковому етапу навчання в школі. Безперечно, це не означає, що в учнів не можуть розвиватися мовленнєві навички на старшому етапі, просто їх формування більш ускладнене, аніж у період стрімкого росту кори головного мозку [3].

- навчання ІМ у початковій школі сприяє гармонійному розвитку дитини, розвиває її загальні та лінгвістичні властивості. Воно не лише закладає базу для продовження навчання ІМ в основній школі, але й створює передумови для оволодіння другою ІМ.

Таким чином, результати науково-педагогічних пошуків у галузі раннього навчання іноземних мов в умовах масової школи в другій половині ХХ ст. засвідчили доцільність та перспективність цього напрямку шкільної освіти. Тобто, введення іноземної мови до списку загальноосвітніх предметів у початковій школі має значне прагматичне значення, оскільки розширює спектр гуманітарних предметів, які вивчаються на цьому етапі. Вивчення іноземної мови корисне дітям у цьому віці (7- 10 р.), незалежно від їхніх стартових можливостей, оскільки воно позитивно впливає на розвиток психічних функцій дитини (пам'яті, уваги, мислення, сприймання, уяви тощо) і стимулює її загальні мовленнєві здібності, що позитивно позначаються на оволодінні рідною мовою.

Список використаної літератури:

1. Пріоритети розвитку української школи в умовах реформування освіти [Електронний ресурс] / О. І. Ляшенко. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/index.php/2307-4507/article/download/94490/90115>
2. Концепція навчання іноземної мови учнів початкової школи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.educationua.net/silovs-1221-1.html>
3. Пасічник О. С. Навчання іноземних мов у початковій школі: зарубіжний та вітчизняний досвід [Електронний ресурс] / О. С. Пасічник. – Режим доступу: http://lib.iitta.gov.ua/706983/1/%21Pasichnyk_Primary_PSP_N18_2017.pdf.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. пед. н., доцент Титаренко О. І.

A. W. Obidenko

Nationale Bogdan-Chmelnytskyj-Universität Tscherkasy

ANGLIZISMEN IN DER DEUTSCHEN SPRACHE AUS LINGUISTISCHER SICHT

Wie jede andere Sprache befindet sich die deutsche Sprache der Gegenwart ständig im Wandel, und das geschieht wahrscheinlich schneller als in der Vergangenheit, denn die Welt verändert sich „in einem früher nicht gekanntem Ausmaß und Tempo“ [1,42].

Zu den Prozessen, die im 21. Jahrhundert der Übernahme fremder (vor allem englischer) Entlehnungen Vorschub leisten, gehören zweifellos die Globalisierung und die Migration. Es wird bestätigt, dass heute Anglizismen aus dem deutschen Alltag nicht mehr wegzudenken sind.

Der Begriff leitet sich vom mittellateinischen *anglicus* ab, das sich mit englisch übersetzen lässt. Daraus folgt, dass solche Anglizismen zumeist dann gebildet werden, wenn es für die entsprechende Sache (noch) keine Bezeichnung in der jeweiligen Sprache gibt, wie es etwa bei technischen Neuerungen, und demnach die ursprüngliche Bezeichnung schlicht und ergreifend übernommen wird. Darüber hinaus ist die Jugendsprache häufig von Anglizismen durchzogen, wobei auch zu beobachten ist, dass im Bereich von Wirtschaft, Wissenschaft sowie Technik vermehrt Anglizismen verwendet werden [3, 29].

Im Deutschen ist „Anglizismus“ eigentlich ein Oberbegriff. Hierunter wird verstanden, dass es ein deutsches Sprachzeichen mit englischen Einflüssen ist, aber das Wort, oder der Ausdruck braucht nicht bestimmt eine übliche Bedeutung im Englischen zu haben. Es ergibt sich, dass Anglizismen im Deutschen in verschiedene Kategorien eingeteilt werden. In diesem Artikel werden 2 Klassifikationen betrachtet.

Die erste Klassifikation enthält solche Kategorien:

• **Direkte Übernahmen** (aus engl.): das Wort und die Schreibweise und meistens auch die Aussprache sind gleich wie im Englischen, z.B.: *Job*.

• **Ersetzungen** (nach engl.): in diesem Fall wird ein englisches Sprachzeichen nach den deutschen „Regeln“ nachgebildet. Oft wird das englische Wort wörtlich übersetzt, z.B.: *Floodlight* wird *Flutlicht*.

• **Teilersetzung (Hybrid- bzw. Mischbildungen)**: das Wort ist eine Zusammensetzung und besteht aus einem deutschen und einen englischen Teil. Das englische Wort ist eigentlich nur teilweise übersetzt, z.B.: *Nonstopflug, non-stopflight* auf Englisch.

• **Pseudo-Anglizismen**: das Wort besteht aus englischen Bestandteilen, aber existiert überhaupt nicht im Englischen, z.B.: *Dressman heißt auf Englisch male model* [2, 63].

Die zweite Klassifikation besteht aus:

• **Konventionalisierte Anglizismen**. Sie werden als allgemein bekannt vorausgesetzt. Aufgrund dessen stellen sie für viele Deutsche kein fremdes Wortgut dar. Es ist jedoch möglich, dass sie sich in ihrer Artikulationsart und/oder Orthografie anders verhalten als einheimische Wörter, z.B.: *Computer* oder *Manager*.

• **Anglizismen im Konventionalisierungsprozess**. Im Gegensatz zu konventionalisierten Anglizismen werden die Anglizismen im Konventionalisierungsprozess von vielen deutschen Muttersprachlern als fremd wahrgenommen. Es wird behauptet, dass sich dieser Typ nach einiger Zeit entweder der ersten Gruppe anschließen oder allmählich aussterben kann und aus dem deutschen Sprachgebrauch vollständig verschwinden, z.B.: *Underdog, Factory*.

• **Zitatwörter, Eigennamen und Verwandtes**. Die Anglizismen dieser Gruppe werden lediglich in einer bestimmten Situation gebraucht oder wenn ein Zusammenhang mit Amerika, England, Kanada und anderen englischsprachigen Ländern besteht, z.B.: *Boat, People, High School, Highway* [1, 57].

Als Schlussfolgerung kann man sagen, dass Anglizismen ein fester Bestandteil der deutschen Sprache geworden sind, wobei die Medien einen großen Teil dazu beigetragen haben, insbesondere in der Werbebranche. Einerseits darf man sich neuen Wörtern aus der englischen Sprache nicht gänzlich verwehren, andererseits sollte jedes importierte Wort gründlich auf Notwendigkeit geprüft werden, um die deutsche Sprache vor überflüssigen Anglizismen zu bewahren. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass welche Anglizismen jedoch als überflüssig zu betrachten sind, hängt vom Urteil des einzelnen ab [3, 31].

Literaturverzeichnis:

1. Barz, I. / Englisch in der deutschen Wortbildung. In: Eichinger, L.M., Meliss, M., Vazquez, M.J.D. (Hrsg.). Wortbildung heute. Tendenzen und Kontraste in der deutschen Gegenwartssprache. – Tübingen: Narr, 2008. – 39-60 S.
2. Kettemann, B. / Anglizismen allgemein und konkret: Zahlen und Fakten. In: Muhr R., Kettemann B. (Hrsg.). Eurospeak. Der Einfluss des Englischen auf europäische Sprachen zur Jahrtausendwende.– Frankfurt am Main: Lang, 2002. – 55-86 S.

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Ковтун Я. П.

A. W. Obidenko

Nationale Bogdan-Chmelnytzkyj-Universität Tscherkasy

ARTIKELAUFBAU DES PLATTDEUTSCHEN

Das „Kleine plattdeutsche Wörterbuch“ beschreibt die allgemeinsprachliche plattdeutsche Lexik, wie sie in den drei Nordbezirken der DDR Rostock, Schwerin und Neubrandenburg, heute sprachlich ist. Es berücksichtigt aber auch veraltendes Wortgut, das nur noch älteren Mundartsprechern bekannt ist oder in der niederdeutschen Literatur vorkommt [2, 8].

Die wichtigsten Materialgrundlagen für das „Kleine plattdeutsche Wörterbuch“ bilden Wortschatzsammlungen des Pommerschen Wörterbucharchivs, das heute zur Sächsischen Akademie der Wissenschaften gehört [2, 9].

Die Lexik ist sowohl durch Fragebogen als auch durch Direktaufnahmen erhoben worden. Hinzu kommen Experte aus zeitgenössischer und historischer Dialektliteratur und ausgewählten historischen Quellen [1, 21].

Im „Kleinen plattdeutschen Wörterbuch“ verbieten sich ausführliche grammatische Kommentare. Doch wird nach Möglichkeit zu jedem Stichwort (mit Ausnahme der Verben, Artikel, Numeralia und Interjektionen), dass sich einer Wortart zuordnen lässt, eine direkte Wortangabe (Adj., Adv., Pron.; m., f., n. für die Substantive) gemacht.

In der vorliegenden Untersuchung werden die Substantive *Morgen* und *Abend* aus dem „Kleinen plattdeutschen Wörterbuch“ im lexikographischen Aspekt betrachtet.

Der Wortartikel des Substantivs *Morgen* enthält die grammatische Angabe *m*, welches das männliche Geschlecht bezeichnet. Die weitere Angabe weist auf die Funktion dieses Wortes, das als Gruß gebraucht wird. Die orthoepische Angabe ist *Gunmorgen* (zusammengezogen aus *gauden*, *goden Morgen*). Stilistische Angabe bringt dafür folgende Beispiele von den scherzhaften Sprichwörtern: 1. *'N gaut Frühstück is bäder as wenn ein 'n soeben Buurn gun Morgen beiden – Ein gutes Frühstück ist besser als sieben 'Guten Morgen' vom Bauern.* 2. Wenn jemanden *Gunmorgen* sagt, antwortet der Angesprochene möglicherweise mit einem Scherz: *denn ward dat hüt jo nicks mihrdann – wird das Ihnen nicht mehr.* 3. *Fläuten an 'n Morgen bringt Kummer un Sorgen – Regenpfeifer am Morgen bringt Kummer und Sorgen.* Mit diesem Wort sind auch Komposita im Wörterbuch verzeichnet, und zwar: *Morgenrot* als Wetterprognose; *Morgensprak* – morgentliche Versammlung der Zünfte; *Morgenstunn`* – Morgenstunde; *Morgensünn* – Morgensonne.

Was das Wort *Abend* betrifft, sind im Wortartikel seine grammatischen Angaben als männliches Geschlecht und Pluralform präsentiert. Funktionen werden als Grußformel *Gauden Abend* (gesprochen *Gunnaamt*, *Naamt*), als Feststellung *tierig Abend* (*schon früh dunkel*) und in Verbindung mit Präpositionen in der Bedeutung *abends* (gesprochen *aamts*, *aams*) dargestellt. Es gibt solche Komposita im Plattdeutschen mit dem Wort *Abend* wie *Abeneblänk* – Abenddämmerung; *Abendrot*, als Wetterregeln: *Abendrot gaut Wärerbot – Abendrot gut Wetterbote*; *Abendsägen* – Dummkopf; *Abendschaul* – Abendschule; *Abendtiet* – Abendzeit.

Die Analyse der Belege zeigt, dass die Wortartikel der Wortart Substantiv im „Kleinen plattdeutschen Wörterbuch“ deutlich strukturiert sind und die Angaben verschiedener Art enthalten: grammatische, stilistische, wortbildende und funktionale, was die Bedeutung des Wortes völlig erschließt. Im Weiteren könnten die Wortartikel anderer Wortarten dieses Wörterbuches untersucht werden.

Literaturverzeichnis:

1. Göttert, K.-H. Alles außer Hochdeutsch / K.-H. Göttert. Berlin : Ullstein, 2011. S. 71–83.
2. Herrmann – Winter, R. Kleines plattdeutsche Wörterbuch. Rostok : Hinstorff, 1990. 400 S.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н., доцент Поліщук Н. М.

ПРОБЛЕМА КОНЦЕПТУ В СУЧАСНІЙ ЛІНГВІСТИЦІ

Знання людей про об'єктивну дійсність організовано у вигляді концептів, абстрактних ментальних структур, що відображають різні сфери діяльності людини [3, 256].

Концепт – сучасний термін багатьох гуманітарних наук: мовознавства, літературознавства, філософії, лінгвістики, психології, культурології. У науковій літературі є досить багато дефініцій цього поняття, оскільки воно є одним із ключових у дослідженні мовної картини світу [6, 111].

У сучасному мовознавстві можна виділити три основні підходи до розуміння поняття «концепт»: 1) лінгвістичний (С. О. Аскольдов, Д. С. Лихачов, В. В. Колесов, В. М. Телія): оскільки концепт існує для кожного словникового значення, то його слід розглядати як алгебраїчний вираз значення. Загалом, прихильники цього напряму розуміють концепт як увесь потенціал значення слова разом з його конотативним елементом; 2) когнітивний (З. Д. Попова, І. А. Стернін, О. С. Кубрякова): концепт – явище ментального характеру. Представники когнітивного підходу зараховують концепт до розумових явищ та тлумачать його як оперативну змістовну одиницю пам'яті, ментального лексикону; 3) культурологічний (Ю. С. Степанов, Г. Г. Слишкін): вся культура розуміється як сукупність концептів та відносин між ними. Концепт – головний осередок культури в ментальному світі людини. Науковці, які дотримуються цього підходу, переконані, що при вивченні концепту, увагу слід приділяти культурній інформації, яку він передає. Концепт тут визначається як базова одиниця культури і є її концентратом [2, 11].

Найбільш оптимальним визначенням концепту, на наш погляд, є інтегративна дефініція О. С. Кубрякової: «Концепт – термін, що служить поясненню одиниць ментальних і психологічних ресурсів нашої свідомості та тієї пропозиційної структури, що відображає знання і досвід людини; оперативна змістова одиниця пам'яті, ментального лексикону, концептуальної системи та мови мозку, усієї картини світу, відображеної в людській психіці» [4, 90].

Головними дискусійними питаннями лінгвоконцептології, які є важливими для усвідомлення природи концепту, є: по-перше, співвідношення концепту, поняття та значення [5, 411]. Дослідники в галузі лінгвоконцептології намагаються розвести поняття й концепт. Стверджується, що «всякий концепт - це поняття, але не всяке поняття - концепт» (У. А. Карпенко-Іванова). Поняття здебільшого розглядають як частину концепту, його ядерну структуру, сукупність інтегральних і диференційних ознак у ряді понять одного класу [6, 11]. Концепт передбачає залучення ще й чуттєвої, оцінно-емотивної, образної інформації. М. Алефіренко розглядає концепт як поєднання ядра (інтенціоналу поняття) з імплікаціоналом – асоціативно-образним макрокомпонентом значення [1, 47].

Друге питання стосується залежності концепту від мовної вербалізації. Одні дослідники вважають їх повністю вербалізованими (А. П. Бабушкін, Р. Джекендорф). Інші мовознавці розглядають концепт як частково вербалізовану одиницю концептосистеми. О. Кубрякова вважає, що «найважливіші концепти виражені в мові, але частина інформації представлена у психіці принципово іншим способом, тобто ментальними репрезентаціями іншого типу – образами, картинками, схемами» [4, 92].

Способи вербалізації концептуальної інформації визначає мова, її система, що склалася протягом тривалого часу і багато в чому сприяла концептуалізації. Однак концептуалізація є динамічним і більш нестійким процесом, ніж мовні зміни. Кожний історичний період у житті етносу вносить відповідні корекції до процесів концептуалізації згідно зі змінами світоглядних позицій, ідеології, норм моралі, оцінок і цінностей [5, 415 – 416].

Третім питанням є кваліфікація концепту за його належністю певному суб'єктові концептуалізації: індивіду, групі, етносу, людству. З огляду на це О. О. Селіванова

виокремлює типи концептів за параметром суб'єкта коцептуалізації, поділяючи їх на ідіоконцепти, властиві свідомості окремого індивіда; узуальні концепти, характерні для певної групи (наприклад, науковців певного фаху, представників певної професії або роду занять і т. ін.); етноконцепти, властиві всім представникам етнічної спільноти; загальнолюдські концепти, відомі всьому людству й репрезентовані в різних мовах [6, 12].

Четвертим складним і дискусійним питанням лінгвоконцептології є структура концепту. В основу структури концепту покладені різноманітні ментальні репрезентації, ідеалізовані когнітивні моделі: пропозиції, схеми, фреймові мережі, сценарії, ментальні простори тощо [5, 417]. Більшість дослідників обстоюють польову модель концепту, яка містить ядро та периферію. Ядерна зона нерідко ототожнюється зі значенням відповідної ключової лексики (З. Попова, І. Стернин). Периферія концепту представлена дистрибуцією ключового слова, асоціативними зв'язками з іншими концептами; поглибленою інформацією, суб'єктивними досвідними знаннями, конотативними елементами тощо [5, там само].

П'яте питання лінгвоконцептології передбачає обґрунтування типології концептів. Дослідники виокремлюють такі типи концептів: уявлення як узагальнені чуттєво-наочні образи, що розглядаються як ядро концепту; схеми як абстрактні конфігурації образів; поняття як найбільш істотні його ознаки; фрейми різних типів як способи представлення стандартних знань і т. ін., а також пізнавальні та художні концепти [1, 58]. Залежно від ролі концептів у структурі свідомості вони непослідовно диференціюються на культурні, ментальні, міфологічні, ідеологічні, філософські, адже один концепт може розглядатися в кожному із наведених типів [5, 418].

Таким чином, дефініцій поняття «концепт» в науковій літературі вже досить багато. При всій різноманітності варіантів тлумачення «концепт» одноставно визнається одиницею ментального простору. Він структурує знання

про світ і відображає національну специфіку членування світу. Тому, перспективним на нашу думку, є подальше дослідження поняття «концепт» та його дискусійних питань у різних наукових планах [2, 90].

Список використаної літератури:

1. Алефиренко Н.Ф. Концепт и значение в жанровой организации речи: когнитивно-семасиологические корреляции // Жанры речи. – Вып. 4. Жанр и концепт: Сб. науч. ст. – Саратов, 2005. – С. 58
2. Бабушкин А. П. Типы концептов в лексико-фразеологической семантике языка / А. П. Бабушкин. – Воронеж: Изд-во Воронеж. ун-та, 1996. – 104 с.
3. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В.И. Карасик. – М.: Гнозис, 2004. – 389 с.
4. Кубрякова Е. С., Демьянков В. З., Панкрац Ю. Г., Лузина Л. Г. Краткий словарь когнитивных терминов. – М.: Наука, 1996. – 245 с.
5. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / Селіванова Олена Олександрівна. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 712 с.
6. Селіванова О. Актуальні напрями сучасної лінгвістики / Селіванова Олена Олександрівна. – К.: Фітосоціоцентр, 1999. – 148 с.

Науковий керівник: старший викладач кафедри німецької філології,
к. філол. н., старший викладач Стройкова С. А.

К. В. Попова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЛЕКСИЧНІ ЗАСОБИ ВИРАЖЕННЯ ЕМОЦІЙ І ПОЧУТТІВ У СУЧАСНОМУ НІМЕЦЬКОМУ МОЛОДІЖНОМУ МОВЛЕННІ

Мова виконує різні функції у житті суспільства. Однією з них є передача емоцій та почуттів людини. Протягом декількох десятиліть актуальним для дослідження залишається питання мовної реалізації емоційного стану людини.

Почуттями і емоціями називають переживання людиною свого ставлення до того, що вона робить або пізнає, до інших людей, до самого себе, а також – більш просте, безпосереднє

переживання в даний момент, пов'язане із задоволенням або незадоволенням потреб. Проявляючись як реакції на предмети навколишньої дійсності, емоції пов'язані з початковими враженнями. Перше враження від чого-небудь носить емоційний характер, є безпосередньою реакцією на певні зовнішні особливості. Почуття – це більш складне, ніж емоції, постійне, стає ставлення особистості до того, що вона пізнає і робить, до об'єкту своїх потреб. Вони характеризуються стійкістю, тривалістю та містять гаму емоцій, тому виникає проблема їхньої вербалізації [5, 58].

На сьогоднішній день дослідники не мають сумнівів, що спілкування між людьми неможливе без емоцій та почуттів.

Джерелом вивчення людських емоцій виступає мова. Вона номінує емоції, висловлює їх, описує, імітує, стимулює, класифікує, структурує, коментує, пропонує засоби для мовного маніпулювання та моделювання відповідних почуттів [1, 5].

Для опису емоційних характеристик слова сучасні мовознавці використовують різні терміни. В останніх дослідженнях у галузі емотіології переважно вживається термін «емоційна лексика», яким визначається сукупність лексичних одиниць, призначених для мовного відображення емоцій [2, 3].

Емоційною лексикою лінгвісти вважають ті слова, в лексичному значенні яких міститься певна оцінка позначуваних ними явищ, а лексична система емоцій складається зі слів, предметно-логічне значення яких утворюють поняття про емоції. До емоційної лексики належать насамперед емоційно забарвлені слова, яким властива чуттєвість [4, 113].

Сучасна німецька мова має достатньо широкий арсенал мовних засобів для позначення емоцій та емоційних станів людини. Емотивний лексичний фонд є складною, багатоплановою системою семантично об'єднаних мовних одиниць, які належать до різних частин мови [2, 1].

Часто емоційне значення слова проявляється тільки в певному контексті, який передає індивідуальний настрій або відчуття носія мови. Зустрічаються випадки, коли емоційність передається словами, що втратили своє денотативне значення і, як наслідок, набули емоційного забарвлення. До таких слів належить вульгарна лексика: лайливі слова, прокляття, нецензурна лексика (*Mist!*) [1, 6-7].

Емоційну функцію виконують також епітети, які є універсальними засобами вираження унікального неповторного внутрішнього світу людини, її емоцій: [3, 116] *chillig* – wenn etwas ruhig, entspannt und ohne Stress ist; *cremig, dinogeil* – mega super (Das kleine Wörterbuch der Jugendsprache).

На думку В.І. Шаховського, емоція, як складова частина культури, обов'язково концептуалізується і вербалізується в мові. Емотивна виразність досягається засобами різних мовних рівнів, а також використанням різних прийомів і фігур [3, 110]. В. І. Шаховський у складі емоційної лексики виділяє емотиви (мовні одиниці з емоційною семою у семантичній структурі), асоціативи-емотиви (лексичні одиниці, в яких міститься ідея емоції), параемотиви (слова, які безпосередньо не виражають емоції) [2, 3].

Аналіз емотивної лексики свідчить про те, що емоційні конотації на лексичному рівні створюються у мові завдяки емоційно оцінним прикметникам, прислівникам, іменникам, дієсловам, які містять оцінку в своїй структурі. Одиницями мови, які мають емоційне значення, є також вигуки [2, 6-7]. Їх вважають важливим засобом вираження почуттів, емоцій, волевиявлень людини. За своїм значенням і вживанням ці мовні одиниці поділяються на декілька груп, серед яких є група емотивних вигуків, що виражають найрізноманітніші почуття й переживання – радість, захоплення, задоволення, горе, жаль, здивування, переляк, обурення, гнів тощо.

Емотивні вигуки умовно можна поділити на два типи: вигуки, що позначають позитивні емоції та почуття: *Yay!* – sagt man wenn man sich über etwas freut (Das kleine Wörterbuch der Jugendsprache) та вигуки, що позначають негативні емоції та почуття, [2, 6-7] наприклад, *Yalla!* – Beeil dich! (Das kleine Wörterbuch der Jugendsprache); *Autsch!* – verwendet man, wenn man plötzlich Schmerzen hat (Die Geheimnisse der Jugendsprache).

Прикметник є одним із важливих засобів вираження емоцій та емоційного стану людини, оскільки він може передавати ставлення до навколишньої дійсності, емоційну оцінку певного

суб'єкта, об'єкта або дії. Дослідники виділяють прикметники з позитивним емоційним зарядом: *epic* – wenn etwas super und unglaublich erscheint; *elefantastisch* – toll, großartig (Das kleine Wörterbuch der Jugendsprache) та прикметники, які вживаються для вираження негативного оцінного ставлення до людини: *antigeil* – schlecht; *unfly* – uncool (Das kleine Wörterbuch der Jugendsprache) [2, 4-5].

Прислівники, що означають ступінь інтенсивності чи якості дії або ознаки предмета, мають також здатність до вираження позитивних і негативних емоцій, наприклад, *das ist fett* – das ist toll (Die Geheimnisse der Jugendsprache); *voll nicht* – ganz und gar nicht; *Es ist mir rille* – es ist mir egal (Das kleine Wörterbuch der Jugendsprache). У цьому випадку вони втрачають своє предметне значення і виступають у ролі інтенсифікаторів, які виконують функцію позначення вищого ступеня інтенсивності [2, 5].

У сучасній німецькій мові є значна кількість емотивно забарвлених іменників, серед яких можна виділити іменники з семою емоційної оцінки як основи номінації. Вони мають здатність позначати цілий спектр почуттів та емоцій людини: [2, 5] радість *Lituation* – eine Situation, die cool ist, здивування *Alter Lachs!* – kann als Ausruf des Erstaunens verwendet werden, смуток *Eckenkind* – Person ohne Freude, повага *Checkerbraut* – sehr intelligente Frau, зневага *Abtörngirl* – ein Mädchen, das man völlig abstoßend findet, гнів *Einlauf* – Ärger тощо. (Das kleine Wörterbuch der Jugendsprache).

Великий інтерес викликає вживання іменників, які є назвами тварин, але використовуються для позначення людини. Такі іменники, як правило, відображають оцінне ставлення до адресата, переважно негативне, і тому вони сприймаються як образа й належать до лайливих слів – *Du Bock!* (Du bist eigensinnig), *Du Esel!* (Du bist dumm) [2, 6].

У процесі мовного відображення людських емоцій активну участь беруть і фразеологізми. Фразеологічні одиниці – та частина лексичного складу мови, яка має властивість природним способом виражати емоції та експресії у мові [2, 7-8], наприклад, *jmdn. unter die Lupe nehmen* – jmdn. scharf kontrollieren (Bravo).

Отже, основна увага в дослідженні емоційних значень приділяється лексичній семантиці. Емоції та почуття виражаються не тільки словами, що називають емоції, а й іншими засобами словотворення, проте для всіх типів оцінок вирішальне значення має контекст, в якому з'являється конкретне оцінне слово. Різноманітність лексичних засобів вираження емоцій зумовлена тим, що характерною ознакою емоційної лексики є вираження суб'єктивного ставлення мовця до певного об'єкту. До таких засобів відносимо: слова, які прямо називають почуття, описують, виражають емоції, (емотивні вигуки, фразеологізми, повтори, лайливі слова, прокляття, нецензурну лексику, перепитування, скорочення тощо.) та слова, що вказують на дію, викликану об'єктами навколошньої дійсності.

Список використаної літератури:

1. Аванесова Н. В. Эмоциональность и экспрессивность – категории коммуникативной лингвистики / Н. В. Аванесова // Вестник Югорского государственного университета. – 2010. – № 2. – С. 5-9
2. Бондарчук Т. І. Лексичні засоби вираження емотивного значення в сучасній німецькій мові [Електронний ресурс] / Т. І. Бондарчук // Науковий вісник Східноєвроп. нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – 2016. – № 5. – 11 с. – Режим доступу : http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/9849/3/bondarchuk_2016.pdf
3. Заболотська О. Лінгвостилістичні засоби вираження емотивності в романі Дж. Гріна «Винні зірки» / О. Заболотська // Науковий вісник Херсонського державного ун-ту. Серія Лінгвістика. – Випуск XXIV. – 2015. – № 24. – С. 109-117.
4. Негрич Н. Вербалізація емоцій засобами фразеології / Н. Негрич // Науковий журнал Чернівецького нац. ун-ту імені Ю. Федьковича. – 2012. – № 1. – С. 112-117
5. Психология и педагогика : учебное пособие / Николаенко В. М., Залесов Г. М., Андрушина Т. В. и др. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 175 с.

Список джерел фактичного матеріалу:

6. Bravo. – Hamburg : Bauer Vertriebs KG Bravo – 2014. – № 21. – S. 7
7. Das kleine Wörterbuch der Jugendsprache : Jugendsprache Lexikon von A-Z [Elektronische Quelle]. – 2018. – Zutritt : <https://jugendsprache.info/jugendsprache-woerter-a/>
8. Die Geheimnisse der Jugendsprache [Elektronische Quelle]. – 2008. – Zutritt: <http://www.bruhaha.de/jugendsprache.html>

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н., доцент Тесля В. А.

АНГЛІЦИЗМИ В НІМЕЦЬКІЙ ПРЕСІ

Процес запозичення слів є цілком природним у будь-якій мові при розумінні мови, як живого організму. Особливої уваги заслуговує інтенсивність цього процесу, семантична адаптація іншомовних слів у мові-реципієнті та їх функціонування. Актуальність даної проблеми визначається насамперед безпосередньою роллю англіцизмів у німецькій мові та їх використання у засобах масової інформації зокрема.

Англіцизм – запозичена з британської чи американської англійської мови одиниця (слово, комбінації слів) різного ступеня освоєності. За твердженням Х. Ціндлера, **англіцизмами** є будь-які зміни значень німецьких слів або їхнього контекстного вживання за британським чи американським зразком [3, 247].

Крім того, існує поняття «**псевдо англіцизми**» («**Pseudo-Englisch**») – це запозичення, які утворились з англомовних складових частин, але в німецькому мовному просторі вживаються в іншому значенні. Відомий приклад такого псевдоангліцизму: в німецькій мові використовується іменник *das Handy* (*мобільний телефон*), а в англійській мові це прикметник і означає *зручний, практичний*, слово *der Twen* (*особа, якій вже виповнилось 19, але вона ще не досягла 30 років*) в такому значенні взагалі не існує в англійській мові [5, 384].

Питання мовних змін одним із перших порушив Г. Пауль у своїй роботі «Принципи історії мови» (1880). Джерелом всіх мовних змін дослідник вважав «звичайну мовну діяльність» [4]. Так як лексичний склад німецької мови наразі перебуває під стійким впливом англійської мови, це викликає неабияке зацікавлення німецьких лінгвістів. Серед найвідоміших дослідників варто згадати Р. Келлера, Р. Бергманна, Я. Г. Шнайдера, Х. Фатера, Ф. Штарка. [1, 33].

Часто словники не фіксують англіцизмів, незважаючи на їх досить широке вживання. Очевидно, маємо справу зі співвідношенням між мовою та мовленням, між мовною системою та слововживанням. Можливо, йдеться про той випадок, коли частотність уживання слова пов'язана лише з певними обставинами, що спонукають його використовувати, або йдеться про так званий «денгліш».

«Denglisch» (Deutsch + Englisch) — сучасний німецько-англійський суржик, що непомітно і практично нестримно заповнює німецьку мову. Численні англіцизми та цілі фрази постійно потрапляють у мову, фактично шар сучасної англійської стає частиною німецької мови. Слід відрізнити англіцизми від денглішу.

Денгліш, як правило, – нелітературний варіант мови, від якого застерігають мовознавці. Наприклад, речення *«Ich habe dir gestn eine E-Mail geschrieben»* («Я написав тобі вчора імейл») містить англіцизм, а речення *«Ich habe dir gestern ge(e)mailt»* є прикладом денглішу [2, 87].

Аналізуючи процес функціонування запозичень з англійської в німецькій мові, можна зазначити, що зазвичай запозичується основне значення того чи іншого слова. В процесі запозичення відбувається різке звуження семантичного об'єму запозиченого слова, нерідко до одного, основного значення. Проте є слова англійського походження, які функціонують в німецькій мові з переліком значень, як і в англійській мові. Візьмемо для прикладу англійське *lobby*. *Die Lobby* в німецьких газетах та журналах зустрічається з різними визначеннями. Зі значенням вестибюль (*Vestibül, Hotelhalle*) це слово з'являється в німецькому журналі «Der Spiegel»: *Um Mitternacht hatte Franco die Gäste in die Hotelloobby gebeten, wo ein Fünfziger-Jahre-Kino aufgebaut war. Er zeigte dort einen halbstündigen Kurzfilm, den er für die «Rebel»-Ausstellung gedreht hatte* («Опівночі Франко запросив гостей у фойє готелю, де було створено кінотеатр п'ятдесятих років. Він показав там півгодинний короткометражний фільм, який він зняв для виставки «Rebel»») [4].

Англіцизми, що їх використовують автори статей, покликані зосередити особливу увагу читача на певних моментах. Вони виконують функцію впливу, що виражається у маніпулюванні свідомістю, створенні стереотипів в отримувача інформації. Англіцизми несуть певне функціонально-стратегічне навантаження, наприклад, є засобом вираження іронії, виконують експресивну функцію [3, 248]. Розглянемо відоме і широкоживане слово

англійської мови «Fan». Наразі це слово розширило рамки свого вживання, і тепер вживається не лише тоді, коли йдеться:

1) про фанатів футболу: *Es ist Schicksal und Glück, dass ich Borussia-Dortmund-Fan bin.* (Це доля і удача, що я фанат Борусії Дортмунд) [4].

2) про прихильників творчості чи шанувальників таланту актора, любителів кіно: *Die Potter-Fans sind ein Publikum, das sich gerne gruselt, jede Art von Mysterium oder Rätsel liebt und sich für literarische Vorlagen interessiert* (Фанати Поттера – це глядачі, які люблять лякати, обожнюють будь-яку таємницю або загадку і цікавляться літературними моделями) [4].

Нині «Fan» вживається і тоді, коли йдеться про читачів газети. Внизу на першій сторінці газети «WELT КОМПАКТ» бачимо: *Treffpunkt für Fans: www.facebook.com/weltkompakt; Abo & mehr: www.sind-wir-reif.de* [4].

Отож, слід зазначити, що тільки відчуваючи потребу в найменуванні нових понять, мова запозичує нові слова і при цьому намагається абсорбувати саме ті значення та відтінки значень запозичень, яких їй на певному етапі розвитку не вистачає [3, 251].

Ми спостерігаємо широке використання англіцизмів у сучасній німецькій мові, і цей процес запозичення торкається різних сфер життя. Провідним джерелом інтеграції англіцизмів є німецькомовна преса. Перспективним у вивченні цієї проблеми є дослідження позитивного впливу запозичень, значення англіцизмів у німецькій публіцистиці та розвиток тематичної і вікової лексики.

Список використаної літератури:

1. Бунтурі Ю. В., Полянська Т. В., Ніконов С. І., Лутай Н. В. Англіцизми в німецькій мові: плюси та мінуси – // Ю. В. Бунтурі, Т. В. Полянська, С. І. Ніконов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ddru-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomegov/2018/NV_2018_9/9.pdf

2. Дундїй П. Н. Англійські лексичні та термінологічні запозичення в німецькій мові – // П. Н. Дундїй. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/9937/07-Dundiy.pdf?sequence=3>

3. Котвицька В. А. Особливості семантичної адаптації та функціонування англіцизмів у сучасній німецькій публіцистиці – // В. А. Котвицька. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://philology.knu.ua/library/zagal/Movni_i_konceptualni_2013_43_2/246_251.pdf

4. Котвицька В. А. Специфіка функціонування деяких англіцизмів у сучасній німецькій мові (на матеріалі німецькомовної преси) – // В. А. Котвицька. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://naub.oa.edu.ua/2012/spetsyfika-funktsionuvannya-deyakyh-anhlitsyzmiv-u-suchasnij-nimetskij-movni-materiali-nimetskomovnoji-presy/>

5. Тимчишин Л. С. Англіцизми в сучасній німецькій мові – // Л. С. Тимчишин. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:iQ-wgmJ6hKMJ:www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF/Nznuoaf_2013_35_119.pdf+&cd=1&hl=ru&ct=clnk&gl=ua

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Снісар А. В.

М. А. Саліх

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОМУНІКАТИВНИЙ ВПЛИВ НА КОМУНІКАНТІВ (НА ПРИКЛАДІ ВИСТУПУ АНГЕЛІ МЕРКЕЛЬ У БУНДЕСТАЗІ)

У сучасній лінгвістиці дедалі більшу увагу привертають когнітивні процеси, які є наслідком комунікації, постають нові галузі, які досліджують регуляторні механізми і чинники впливу на свідомість людини у процесах мовної комунікації. Однією з основних галузей, що досліджують ці питання, є теорія комунікативного впливу, ключовим поняттям якої є мовленнєвий вплив. Визначення мовленнєвого впливу формулювали у своїх працях такі вчені як А. Баранов, Р. Блакар, О. Іссерс, О. Леонтєва, І. Стернін. Ми послуговуємось визначенням О. О. Селіванової, яка характеризує мовленнєвий вплив як мовленнєву дію адресанта, керовану цільовою установкою міжособистісного спілкування, спрямовану на

зміну поведінки, психологічних станів, свідомості адресата, оцінки ним певного явища і т. ін. незалежно від типу комунікативної взаємодії [1, 695].

Відсутність однозначної типології способів комунікативних впливів залишається проблемою теорії комунікативного впливу. Дослідники розрізняють способи впливу за перлокутивною реакцією (Г. Почепцов), за іллокутивною силою (приміром, доведення, переконання, вмовляння, вселяння, наказ, прохання, спонукання (І. Стернін)), за зміною психічного стану адресата (Р. Ваттс). Доволі поширеною є класифікація Л. Л. Федорової, яка виокремлює соціальний вплив, волевиявлення, пояснення, інформування, оцінний та емоційний вплив [2, 227]. О. Шатілова розширила цю класифікацію і співвіднесла основні способи мовленнєвих впливів з мовними впливами. Згідно її аналізу, до навіювання належать такі типи мовленнєвого впливу, як конвенційно-соціальний вплив, оцінки, емоційний вплив, художнє зображення, формули прямого та сугестивного програмування; до переконання відносяться доведення, аргументація (у тому числі маніпулятивна), інформування, розповідь (екземпліфікація); до спонукання – наказ, умовляння, примус і заклик [3, 313].

Розглянемо, які способи комунікативного впливу використовує у своєму виступі канцлер ФРН Ангела Меркель у Бундестазі (від 12 вересня 2018 року), спираючись на класифікацію О. Шатілової. Для навіювання були застосовані наступні комунікативні впливи:

1. Конвенційно-соціальний вплив:

• *Sehr geehrter Herr Präsident! Liebe Kolleginnen und Kollegen!* (підкреслено дружнє вітання) [4];

• *Herzlichen Dank* (подяка) [4].

2. Оцінка діяльності:

• *Ich danke allen, die dafür arbeiten: den Polizistinnen und Polizisten und allen Sicherheitskräften, den Richtern, den Staatsanwälten und auch den Beschäftigten an den Gerichten (...), meine Damen und Herren* (морально-етична оцінка, похвала) [4];

• *Ich bin dankbar für jeden, der sich für unsere Demokratie engagiert, meine Damen und Herren* (морально-етична оцінка, похвала) [4];

• *Viele Bürgerinnen und Bürger, die durch Demonstrationen gezeigt haben, wie aufgewühlt sie sind, haben dabei ihr verfassungsrechtlich verbrieftes Recht genutzt* (соціально-правова оцінка, виправдання) [4];

• *Nein, es gibt keine Entschuldigung und Begründung für Hetze, zum Teil Anwendung von Gewalt, Naziparolen, Anfeindungen von Menschen, die anders aussehen, die ein jüdisches Restaurant besitzen, Angriffe auf Polizisten* (морально-етична оцінка, засудження) [4].

3. Емоційний вплив:

• *Besonders aufgewühlt haben uns in den letzten Wochen schwere Straftaten(...). Solche Taten machen mich betroffen und machen uns alle betroffen* (вираження емоцій) [4];

• *Wir trauern mit den Angehörigen, wir sind empört über die Straftaten* (вираження емоцій) [4].

4. Симульований діалог:

• *Weil das so ist, stellt sich die Frage: Wie viel investieren wir im eigenen Land, (...)? Das sind zwei Seiten ein und derselben Medaille, in der es um Wohlstand für unser Land geht* (питально-відповідний комплекс) [4];

• *Natürlich sagen manche: Ihr schafft auch Mehrbelastungen, zum Beispiel in der Pflege. Aber da haben wir eine gute Nachricht: Durch die sehr gute Beschäftigungssituation können wir den Arbeitslosenversicherungsbeitrag zum 1. Januar 2019 um 0,5 Prozentpunkte senken(...)* (питально-відповідний комплекс) [4];

• *Sollen wir anderen Euro-Staaten helfen? Geht uns das etwas an? Wir haben uns nach harten Diskussionen immer wieder entschieden: Ja, wir tun es* (питально-відповідний комплекс) [4];

• *Das war ein Weg, der durchaus umstritten war: Sollen wir Banken retten?* (риторичне запитання) [4];

5. Формули прямого та сугестивного програмування:

• *Bei der Frage des Euro geht es um Geld, um Prinzipien – wichtig! –, aber noch intensiver stellt sich die Frage* (вставлений вигук) [4];

• *Juden, Muslime gehören genauso wie Christen und Atheisten zu unserer Gesellschaft, in unsere Schulen, in unsere Parteien, in unser gesellschaftliches Leben* (повторювана словесна формула) [4];

• **Deshalb** darf es bei der Achtung der Menschenwürde auch keinen Rabatt geben – für niemanden –, und **deshalb** führen Relativierungen in die Irre. **Deshalb** ist der Rechtsstaat hier in seinem Kern gefordert(...) (повторювана словесна формула) [4];

• **Wir müssen** uns um die Infrastruktur kümmern. **Wir müssen** uns mit den Gefahren und dem Thema der Cybersicherheit auseinandersetzen. Aber **wir müssen** vor allen Dingen ab und zu auch mal den Blick über unseren Tellerrand hinaus wagen (повторювана словесна формула) [4].

Для переконання було застосовано аргументацію як комунікативний вплив:

• *Wir sind verbunden mit anderen Ländern. Das heißt, sich um andere zu kümmern, mit anderen zusammenzuarbeiten, auf ein multinationales funktionierendes System zu setzen, ist in unserem ureigenen Interesse* (модус-видозміна умовиводу) [4];

• *Ich selber habe in den letzten Monaten Pflegeheime besucht, und ich weiß, welche herausragende Arbeit dort geleistet wird* (розповідь) [4];

• *Noch einmal 3 000 neue Stellen für Sicherheitsbehörden, knapp 50 Millionen Euro mehr für die Ausstattung und Ausrüstung der Bundespolizei, 85 Millionen Euro für die Digitalisierung der Polizeiarbeit, Investitionen in die Cybersicherheit* (підбір фактів) [4].

Для спонування були застосовані наступні засоби комунікативних впливів:

1. Примус:

• *Solche Taten müssen aufgeklärt, die Täter vor Gericht gestellt und mit der Härte des Gesetzes bestraft werden* (погроза) [4].

2. Умовляння:

• *Wir können alle gemeinsam stolz auf diese Bilanz sein* (нав'язування) [4].

Для цієї промови характерне часте використання наступних засобів комунікативного впливу: оцінки, симульованого діалогу, формул прямого та сугестивного програмування, аргументації. Інші засоби хоч і наявні, але частота їх використання невисока.

Список використаних джерел:

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 711 с.

2. Селіванова О. О. Мовленнєвий вплив в комунікативній взаємодії / О. О. Селіванова // Психолінгвістика. – 2012. – Вип. 10. – С. 223-229. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/psling_2012_10_31

3. Шатілова О. С. Способи мовленнєвого впливу в аспекті реалізації текстових категорій / О. С. Шатілова // Вісник Донецького національного університету. Сер. Б : Гуманітарні науки. – 2015. – № 1-2. – С. 313-318. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdnug_2015_1-2_56.

4. Deutscher Bundestag, Stenografischer Bericht – 19 Wahlperiode – 48 Sitzung Berlin, Mittwoch, den 12 September 2018. – Режим доступу: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btp/19/19048.pdf>

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н., доцент Овсієнко Л. О.

ЕВФЕМІЗМИ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ – ІСТОРІЯ ПИТАННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ДОСЛІДЖЕНЬ

На сьогоднішній день у мовознавстві існують різні інтерпретації терміну «евфемізм». Приміром, вітчизняною дослідницею О.О. Селівановою евфемізм тлумачиться як «стилістична фігура; навмисна заміна знака певного поняття описовим найменуванням або іншим знаком для усунення небажаних, надто різких, недостатньо ввічливих слів шляхом їхнього пом'якшення або шифрування через заборону на вживання деяких слів» [4, 144].

Активне вивчення евфемізмів у мовознавстві почалося лише з кінця дев'ятнадцятого століття, після того як німецький дослідник Г. Пауль виділив їх в своїй схемі семантичних змін поряд з метафорою і метонімією.

Явище евфемії в лінгвістиці традиційно пов'язують з явищем табу. Невипадково спочатку вивченням евфемізмів займалися етнографи, які досліджували проблематику табу в первісних спільнотах (Д. К. Зеленін, А. Мейє, Дж. Фрезер). Табування лексики у мовах різних народів земної кулі описано в одному з розділів фундаментального дослідження відомого англійського релігієзнавця й етнолога Дж. Фрезера «Золота гілка» [3, 49]. Згодом до досліджень табу долучилися й лінгвісти, зокрема, В. Гаверс, Л. Геделюс та інші. Так, базовою працею, яка висвітлює особливості німецьких евфемізмів та мовних табу, є монографія З. Лухтенберг під назвою «Untersuchung zu Euphemismen in der deutschen Gegenwartssprache» [2, 266].

Емоційним підґрунтям традиційних табу у первісних суспільствах було відчуття страху перед міфічними істотами, персоніфікованими явищами природи тощо, тоді як більшість слів-табу сучасного походження спираються на поняття і міркування морального характеру. Мовне табу обумовлене соціальними чинниками, а тому віддзеркалює специфіку культурного та соціального розвитку суспільства.

Табу має безпосередній вплив і на німецьку мову, відображаючи різноманітні процеси у житті суспільства: політичні, соціальні, історичні. Табуванню і подальшій евфемізації підлягають слова різних тематичних груп з багатьох причин (суспільство, мораль, політика, релігія, естетика, етика).

Склад евфемізмів німецької мови поповнюється за допомогою метафори (*der Pommesperanzer* – товстун), метонімії (*das Bauchweh* – страх), літоти (*nicht wenig* – небагато; *genug getrunken haben* – бути сп'янілим); а також іншомовних запозичень (*die Hostess* замість *die Prostituierte* – повія, *Genitalien* замість *Geschlechtsorgane* – статеві органи) та перифразів (*der Versucher* – чорт, диявол).

Сфери використання евфемізмів обумовлюють їх розподіл: на сімейно-побутові (*Augenpflege betreiben* замість *schlafen*, *der Hirsch* замість *ein betrogener Ehemann*), соціально-моральні (*der Suizid* замість *der Selbstmord*, *andersherum* замість *homosexuell*), релігійні (*der Große Geist* замість *der Gott*), політичні (*bewaffneter Konflikt*, *Fehde*, *Gefecht* замість *der Krieg*, *herausfordernd* замість *schlimm*, *katastrophal*).

Однією з найчисельніших груп евфемізмів у німецькій мові є соціально-моральні евфемізми, що ґрунтуються на різних етичних нормах суспільства. Вони віддзеркалюють норми людської поведінки, традиції стосунків між людьми, розкривають духовний світ спільноти. У багатьох культурах до сфери табу традиційно належить явище смерті. Відтак замість прямого називання *Tod* чи *sterben* у німецькій мові нерідко використовуються метафори, на кшталт, *die Augen für immer schließen*, *einschlafen*, *entschlafen*, *dem Schöpfer gegenüberreten*, *über den Jordan gehen*, *heimgehen*, *scheiden* тощо.

Використання евфемізмів у сучасному світі може виконувати декілька функцій: а) уникання слів-табу із почуття такту, ввічливості, через бажання не скривдити, не образити співрозмовника; б) уникання слів-табу через релігійні, моральні міркування; в) уникання слів-

табу через суспільні норми та правила поведінки; г) уникання слів-табу та використання натомість загальних, багатозначних слів задля покращення рейтингу, іміджу мовця, для досягнення його власних цілей [1, 213].

Отже, вживання евфемізмів позитивно впливає на процес комунікації, допомагає уникнути конфліктів у суспільстві та демонструє ввічливість та прагнення до порозуміння, надає емоційній забарвленості спілкування позитивного відтінку. Склад евфемізмів постійно оновлюється, вони відображають світогляд і моральні цінності суспільства, допомагають збагнути специфіку мовної культури та етносвідомості.

Перспективи подальших лінгвістичних досліджень німецьких евфемізмів полягають у ґрунтовному аналізі структурно-семантичних і прагматичних особливостей евфемізмів сучасної німецької мови з різних сфер життя.

Список використаної літератури:

1. Курагіна Л. Евфемізми як форма реалізації мовних табу (на прикладі німецької мови) / Л. Курагіна // Науковий вісник Херсонського державного університету". Сер. : Лінгвістика. – 2011. – Вип. 15. – С. 209-213. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_2011_15_49.
2. Курагіна Л. П. Функціонування політичних табу у сучасній німецькій лінгвокультурі / Л. П. Курагіна // Мовні і концептуальні картини світу. – 2015. – Вип. 51. – С. 266-274. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mikks_2015_51_41.
3. Никитина И. Н. Эвфемия в зарубежной и отечественной лингвистике: история вопроса и перспектива исследования // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – Сер. «Филология». – Тольятти, 2008. – № 1. – С. 49-64.
4. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Ришкова А.В.

D. Schischkowska

Nationale Bogdan-Chmelnytzkyj-Universität Tscherkassy

EINIGE BESONDERHEITEN IM VOKALISCHEN BEREICH DES BERLINER DIALEKTES

Die moderne deutsche Sprache existiert wie bekannt in drei Formen. Das sind zahlreiche Dialekte, Umgangssprache und Standardsprache. Die Dialekte sind die älteste Form der Sprache. Gerade aus Dialekte entwickelten sich mit der Zeit zwei andere Existenzformen des Deutschen. Dialekte unterscheiden sich von anderen Existenzformen in erster Linie dadurch, dass ihre Reichweite begrenzt ist. [1] Die Dialekte haben gemeinsame Charakteristika mit der Standardsprache und zugleich ihre eigene Spezifik [5].

Die Dialekte werden intensiv von deutschen Sprachwissenschaftlern untersucht, ukrainische Sprachforscher befassen sich dagegen nur in den letzten Jahrzehnten mit Erforschung der Mundarten an [4].

Im Mittelpunkt unserer Betrachtung stehen die Vokale des Berliner Dialektes. Mit Hilfe der Beobachtungsmethode, der auditiven Methode und der vergleichenden Methode sind einige Besonderheiten der Vokale dieses Dialektes festgestellt worden:

Der reduzierte Vokal [ə] wird vermieden, z.B.:

Berliner Dialekt (BD)

Hochdeutsch (HD)

abfah**rn**

abdreh**n**

abfah**ren**

abdreh**en**

Die finale Kombination **-er** wird im Dialekt als [a] realisiert.

BD

aba

die Alta

HD

aber

die Alter (Freunde)

Im Berliner Dialekt entspricht langes e dem Diphthong ei im Hochdeutschen, z.B.:

BD	HD
heeßen	heißen
meen	mein
weenen	weinen

Oft wird der Vokal ausgelassen, z.B.:

BD	HD
'ne	eine
inne	in einer

Die langen Vokale **a,u** des Berliner Dialektes entsprechen dem Diphthong au, z.B.:

BD	HD
das Ooge	das Auge
gloobn	glauben
uff	auf
uff	aus

Im Berliner Dialekt beobachten wir entlabialisierte Entrundung der Vokale bzw. labialisierte Vokale im Vergleich zum Hochdeutsche, z.B.:

BD	HD
Atschees	Tschüss
oll	alt.

Die Ergebnisse der durchführenden Analyse zeigen, dass die Vokale des Berliner Dialektes bestimmte Unterschiede im Vergleich zu den hochdeutschen Vokalen aufweisen.

Literaturverzeichnis:

1. Göttert, K.-H. Alles außer Hochdeutsch. Berlin : Ullstein, 2011. 384 S.
2. Kuntsch, L. Deutsch – Land und Leute. Kiew : Заповіт, 1993. 373 S.
3. Sprechen Sie Berlinisch? Електронний ресурс. Режим доступу: www
4. Квіренко Л.О. Лінгвопрагматичні особливості берлінського діалекту. Автореф. канд. ...філол. наук: 10.02.04. Київ, 2012. 20 с.
5. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія. Полтава : Довкілля - К, 2010. С. 132

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н., доцент Поліщук Н. М.

А. Ю. Шмалюк

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЖАРГОНІЗМИ В СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКІЙ МОВІ

У сучасній німецькій мові часто зустрічаються жаргонні слова. Це породжує в суспільстві своєрідну моду на жаргонізми. Деякі лінгвісти ставляться до жаргонізмів насторожено або неприязно, інші цілком схвалюють вживання «простих» слів і виразів [4, с. 21].

Вивчення різних мов і мовних рівнів показує, що для ХХІ століття не характерна стійка диференціація літературної мови і нелітературних сфер мови. І німецька мова не є тут винятком. У ній теж спостерігається взаємовплив нормативної мови, розмовного просторіччя і соціальних діалектів. Серед соціальних діалектів в сучасній німецькій мові велику роль відіграє молодіжний жаргон, традиційно іменованій молодіжною мовою (Jugendsprache) [5, с. 33].

Слово «жаргон» прийшло з французької мови, де спочатку означало «щебетання, балаканину, незрозумілу мову» [3, с. 89]. Жаргонна лексика – це експресивно забарвлені слова, якими позначаються загальновідомі поняття у вузькому, соціально обмеженому колі людей [2, с. 43].

Перша проблема, з якою стикаються дослідники жаргонізмів, полягає в тому, щоб визначити, які слова вважати жаргонами, а які ні. У визначенні жаргонів думки вчених розходяться. Досить поширеним є погляд на жаргон, як на «особливий словник», «особливі системи слів» [1, с. 25]. У лінгвістичній літературі терміни «арго» і «жаргон» використовуються нетермінологічно, нерідко вживаються як синоніми. Поняттю «жаргон» іноді додають стилістично знижене значення, спостерігається прагнення закріпити цей термін по найменуванню замкнутої мовної системи будь-якої антигромадської соціальної групи [7, с. 55]. В даний час на розвиток молодіжного жаргону великий вплив має комп'ютеризація (передача сенсу, ідеї, образу при появі комп'ютера отримала додаткові можливості в порівнянні з листуванням і друком). При спілкуванні по інтернету, фейсбуку та іншим соцмережах, молоді люди користуються величезною кількістю жаргонізмів.

Великого поширення в сучасній німецькій мові отримали складні іменники, жаргонізми, в яких перший компонент – іменник або приметник, наприклад : *Intelligenzbestie*, *Saftsack* – двієчник, *Hanswurst* – школяр початкової школи, *Rindvieh* – дурна людина, *Fachidiot* – вчитель, *Universalflasche* – двієчник, *Blaustrumpf*, *Oberkuttel* – вчитель [6, с. 99].

Отже, жаргон як засіб комунікації між членами однієї групи побутує переважно в усній формі та характеризується типовими рисами розмовної мови. Це дає підставу розглядати його семантичну специфіку у лексико-семантичному зв'язку із експресивними одиницями розмовної мови. Своєрідність жаргону проявляється як у лексико-семантичній та фразеологічній сферах, так і в стилістичному аспекті.

Список використаної літератури:

1. Алефиренко Н. Ф. Спорные проблемы семантики / Николай Федорович Алефиренко. – М.: Гнозис, 2005. – 326 с.
2. Пелепейченко Л. Н. Переходные типы значений слов. Монография / Людмила Николаевна Пелепейченко. – Харьков: ХГПУ им. Г. С. Сковороды, 1994. – 121 с.
3. Петренко А. Д. Социофонетическая вариативность современного немецкого языка в Германии : дис. ... доктора филол. Наук : 10.02.04 / Петренко Александр Демьянович. – К., 1998. – 453 с.
4. Розен Е. В. Подростково – молодежный словесный репертуар // ИЯШ, 1995. – 165 с.
5. Heusinger S. Die Lexik der deutschen Gegenwartssprache / S. Heusinger. - München : Wilhelm Fink Verlag, 2004. - 302 S.
6. Lemnitzer L. Von Aldianer bis Zauselquote. Neue deutsche Wörter. Wo sie herkommen und wofür wir sie brauchen / Lothar Lemnitzer. – Tübingen: Günter Narr Verlag, 2007. – 110 S.
7. Schlieben-Lange B. Soziolinguistik/Barbara Schlieben-Lange. – Stuttg: Verlag Kohl Hammer, 1994.–165 S.

**ЗАГАЛЬНЕ ТА
РОСІЙСЬКЕ
МОВОЗНАВСТВО.
МЕТОДИКА НАВЧАННЯ
РОСІЙСЬКОЇ МОВИ**

ПОЛІТИЧНИЙ ДИСКУРС: ПРОБЛЕМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ ПОМІЖ ТЕКСТОМ І КОНТЕКСТОМ

На сучасному етапі розвитку суспільства зростає значення політичної комунікації, оскільки в умовах демократичного соціального устрою питання влади відкрито обговорюються, і вирішення багатьох політичних проблеми будуть інтерпретовані [1, 35]. В останні роки окремі проблеми політичного дискурсу стали об'єктами обговорення в науковій і публіцистичній літературі. Категорія дискурсу взагалі та політичного зокрема є на сьогодні предметом наукових дискусій. Загалом потребують висвітлення базові концепти політичного дискурсу, його системоутворюючі ознаки, функції та особливості [4, 328].

Із позицій сучасних підходів, “дискурс” – це складне комунікативне явище, що включає, крім тексту, ще й екстралінгвальні чинники: знання про світ, думки, установки, цілі адресата необхідні для розуміння тексту. Поняття “дискурс” характеризується параметрами завершеності, цільності, зв'язності, тобто всіма властивостями тексту, він розглядається одночасно й як процес, й як результат у вигляді фіксованого тексту [1, 338]. Суттєвою рисою дискурсу, що розуміється у широкому смислі, є його співвіднесеність з конкретними учасниками акту спілкування (мовець і слухач), а також з комунікативним наміром мовця певним чином впливати на слухача.

Враховуючи параметри дискурсу, виокремлюють та досліджують його певні види (педагогічний, військовий, політичний, критичний, науковий, юридичний та ін.). Вищевказані дискурси підлягають вербалізації, вони актуалізуються у вигляді текстів [2, 845].

Жоден політичний режим не може існувати без комунікації. Мова необхідна для того, щоб переконувати, надавати інформацію, накази тощо. Специфіка політики, на відміну від інших сфер людської діяльності, полягає переважно в її дискурсивному характері: більшість політичних дій є речовими діями за своєю природою [3, 218]. І тому не випадково низка вчених розглядають політичну діяльність як мовленнєву.

На думку О. Шейгал, мова політики, політична комунікація, політичний дискурс – терміни, які в більшості робіт взаємопов'язані. Вона ототожнює терміни “політичний дискурс” та “політична комунікація”, а мову політики розглядає як структуровану сукупність знаків, які утворюють семіотичний простір політичного дискурсу [4, 330].

Мова політичного дискурсу є головним засобом для передачі інформації. О. Шейгал, розглядаючи функції політичного дискурсу, доводить, що основною його функцією є інструментальна – боротьба за владу, заволодіння нею та її збереження. Дана функція є глобальною по відношенню до мови, так як комунікативна функція охоплює мову в цілому [3, 220].

В. В. Карасик у своїй праці виокремлює такі функції політичного дискурсу [1, 338]:

1. поширення інформації – не менш важлива одиниця політичного дискурсу по відношенню до народу;
2. визначення порядку денного. Суть цієї функції полягає в контролі за поширенням інформації;
3. проекція на майбутнє та минуле, що полягає у прогнозуванні політики на майбутнє, аналізуючи позитивний чи негативний досвід минулого.

Багато лінгвістів, які досліджують політичний дискурс, виділяють ще таку функцію, як функцію конструювання мовленнєвої реальності та називають її креативною, характеризуючи останню як таке становище справ, при якому мовленнєва сутність виявляється первинною по відношенню до позамовленнєвих [2, 845].

Тісно пов'язана з креативною функцією магічна функція, яка проявляється у формах табу: молитви, клятви, присяги. Віра в магію слова притаманна й сучасній людині, яка є складовою не лише релігійного дискурсу, а й політичного. Таким чином, однією з найважливіших функцій політичного дискурсу, яка виокремлює його із загального мовного контексту, вважається функція переконання.

Ця специфіка політичного дискурсу як системи багато в чому пояснює і специфіку політичного тексту, з якого може бути прочитаний певний неекспліцитний смисл, який не зводиться до буквального, а іноді прямо протилежний йому. Більше того, деякі вчені вважають, що цей неекспліцитний смисл і є “істинним” смислом політичного тексту [3, 219].

Отже, на сьогодні склалося розуміння політичного дискурсу в якості безперервного процесу зіткнення думок і позицій суб'єктів політичної дії, а саме, політичних інститутів, групових агентів політики і політичних антропонімів у боротьбі за політичну владу. Вивчати політичний дискурс – значить вивчати реальну політичне життя суспільства.

Список використаної літератури:

1. Карасик В. В. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. В. Карасик. – М. : Тезаурус, 1998. – С. 336–339.
2. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – С. 844–845.
3. Павлуцька В. О. Політичний дискурс: особливості та функції / В. О. Павлуцький // Вісник Житомирського державного університету. Випуск 39. Філологічні науки. – Житомир, 2008. – С.218–221.
4. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Перемена, 2000. – С.328–330.

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н, доцент Овсієнко Л. О.

А. В. Берліменко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМА МОВНОЇ НОРМИ І ВАРІАНТИВНОСТІ

Процес становлення та функціонування мови слід вивчати з відправної точки розвитку теорії реалізації і норми. Лінгвісти підкреслювали важливість структурно-системного підходу до вивчення мови. Це і було поштовхом для розв'язання проблеми нормативності мови [4, 152].

Мовна норма знаходить своє місце у шкалі оцінок правильності, доречності й естетичної гармонійності. Досить часто в мовленні співіснують варіанти мовної норми, один із яких згодом утрачає статус стандарту мови [3, 345].

У лінгвістиці термін «мовна норма» використовується у двох значення. У широкому значенні норму розуміють як спосіб мовлення, що склався традиційно та стихійно, який відрізняє цей мовний ідіом від інших. У вузькому значенні норма – це результат цілеспрямованої мовної кодифікації. Таке трактування норми пов'язують з літературною мовою, яку по-іншому називають нормованою або кодифікованою [2, 9].

Перше трактування передбачає, що норма існує в самій мові як об'єктивно дане. Друге значення підкреслює, що нормане міститься в самій мові, а вноситься до мови словниками і довідниками. Поняття «норма» і поняття «кодифікації» було розмежовано у працях Б. Гавранека, який підкреслював необхідність розрізняти дійсність норми, її реальний стан та уявлення про неї, матеріалізоване в нормативній літературі [5, 28].

У своїх працях дослідниця Мечковська наголошує на тому, що кодифікація є наслідком визнання мовної норми, їхніх зразків у граматиках і словниках, що закріплюють уже усталені в мові явища [3, 346]. Іноді мовні норми є результатом державної мовної політики як свідомого культивування.

Зауважимо, що мовна норма протиставлена узусу як аспекту реалізації мовної системи. Норма передбачає узус та акт мовлення, але не навпаки. Між узусом і актом мовлення знаходять своє місце відносини взаємозумовленості. Норма, узус і мовний акт, як реалізації схеми, тісно пов'язані між собою та утворюють один складний об'єкт, головним компонентом якого Л. Ельмслев уважав узус; акт мови дослідник кваліфікував як минулий факт, а норм називав штучно побудовою, фікцією [1, 45].

Осмислюючи поняття норми, необхідно зважати на дві тенденції: прагнення мовців зберегти стару норму й прагнення її обнови́ти під впливом мови, що безупинно розвивається. Загалом, проблема норми – це проблема співвідношення між деякими варіантами та інваріантами, варіформами та гіперформами [6, 289].

Сучасний етап кодифікації норм літературної мови пов'язаний з розширенням основи орфоепічних норм, для яких орієнтиром стає вимова по радіо і телебаченню [5, 26].

Поняття «варіативності» нерозривно пов'язане з поняття «варіативності», у лінгвістичній літературі можливе як розмежування цих понять, так і їх синонімічне вживання. Варіативність у широкому значенні позначає мінливість, модифікацію. При такому розумінні немає необхідності у протиставленні варіанта інваріанту. У вузькому значенні варіативність визначається як «характеристика способу існування та функціонування одиниць мови у синхронії» [1, 26].

Д. А. Шахтабагова вживає терміни варіативність і варіантність диференційовано. При цьому розглядаються два види варіювання: варіювання мовної системи та варіювання одиниць мови, зафіксовані у виділенні двох пар протиставлень: «варіативність – цілісність», «варіантність – константність» .

Л. О. Вербицька також розмежує поняття варіативності та варіантності. Варіативність – обов'язкова риса мови, вона визначається, нав'язується нею. Варіантність же являє собою два різні образи реалізації однієї одиниці або сполучення одиниць, а варіанти трактуються як такі форми та одиниці, які вільно чергуються в рамках однієї мовної спільноти [5, 27].

Таким чином, можна розглядати варіативність, на відміну від варіантності, як динаміку, процес розвитку та зміни мови, а варіантність – як результат варіативності, що знаходить відображення в самій системі мови та проявляється у наявності певних варіантів мови.

Підсумовуючи, зазначимо, що зміна норми – це неоднократний акт, а тривалий процес. Варіативність – об'єктивна категорія, властива всім рівням структури мови. Варіативність являє собою загальну властивість, закладену в самому «складі» мовної системи к способу існування й функціонування всіх без винятку одиниць мови».

Список використаних джерел:

1. Ельмслев Л. Язык и речь // Звегинцев В. А. История языкознания XIX–XX вв. Ч.2 / Ельмслев Л. – М. : Просвещение, 1965. – С. 11–120
2. Ицкович В. А. Норма и ескодификация / Ицкович В. А. // Актуальные проблемы культуры речи. – М.: Наука, 1970. – С. 9–40.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – С. 345–346.
4. Социолингвистическая вариативность национального языка как целостной структуры : коллективная монография / [А. Д. Петренко, Д. А. Петренко, Д. М. Храбскова, Э. Ш. Исаев]. – Севастополь : Украинский морской институт, 2009. – С.152–160.
5. Havranek B. Zum Problem der Norm in der heutigen Sprachwissenschaft und Sprachkultur / Havranek B. // Actes du quatriemecongres international de linguistes. –Copenhagen, 1938. — S. 25–32.
6. Meinhold G. Phonologische Ebenen in der deutschen Standardausssprache // Deutsch als Fremdsprache. – München / Berlin: Langenscheidt Verlag. – Heft 5. – 1986. – S. 288–293.

Науковий керівник: старший викладач кафедри німецької філології
к.ф.н., ст. викл. Стройкова С. А.

С. М. Бойко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ІНТЕРНЕТ-ДИСКУРСУ

Основними вимогами до організації побудови інформації в рамках Інтернет-дискурсу є чіткість розподілу текстового поля на певні сегменти та забезпечення внутрішніх зв'язків між ними. Це стає можливим завдяки гіпертексту – різновиду текстового документа, окремі частини якого зв'язуються за допомогою гіперпосилань [2, 36].

Ключова особливість організації Інтернет-дискурсу – це поетапне становлення та розгортання гіпертексту. Повна схема його структури така: заголовок (посилання) – заголовок з анотацією – частина тексту (кілька частин можуть розкриватися послідовно) – повний текст [3, 3]. Інтернет-дискурсу має також специфічні ознаки його структурної організації, що характеризуються гіпертекстом.

Глобальна зв'язність Інтернет-дискурсу характеризує його в цілому. Одиницею дослідження Інтернет-дискурсу вважають сайт, єдність якого як дискурсивної одиниці забезпечується наявністю таких складових: адресант, адресат, зміст, що відповідає призначенню сайту, мета його створення тощо [5, 11; 4]. Сторінка виступає у такому контексті одиницею нижчого рівня, що далі поділяється на сторінки ще нижчого рівня

Однак така структура не є прийнятною для електронної пошти, чатів, віртуальних світів, електронних дошок оголошень, оскільки їх будова є досить специфічною і принципово відрізняється від описаної вище.

Інтернет-дискурсу, як виду комунікації, притаманні риси, що вирізняють його з поміж усіх інших видів дискурсу. До таких конститутивних ознак, слідом за О. М. Галичкіною, відносимо:

- електронний сигнал як канал спілкування;
- віртуальність;
- дистантність, тобто віддаленість в просторі і в часі;
- опосередкованість технічними засобами;
- високий ступінь проникності, оскільки слухачем, співучасником або учасником Інтернет-дискурсу може стати будь-яка людина;
- креолізованість, тобто присутність в текстах буквених, образно-зорових та образно-слухових компонентів (картинки, аудіо- та відеовставки);
- переважно статусну рівноправність учасників;
- передачу емоцій, міміки, почуттів за допомогою “смайликів”;
- комбінацію різних типів дискурсу;
- специфічну етику.

Дещо іншої позиції дотримується Л. М. Гриценко, яка виділяє конститутивні ознаки Інтернет-дискурсу через такі дискурсивні параметри: канал зв'язку, комунікативна ціль, тип комунікантів, хронотоп, жанрова організація дискурсу, дискурсивна картина світу та мовне втілення. До комунікативних цілей дослідниця відносить пошук, передачу, обговорення та зберігання інформації, а також спілкування та розваги. Оскільки спілкування в Інтернет-дискурсі стирає соціальні, гендерні, вікові та інші ознаки, то комуніканти є статусно рівноправними. [1, 17-20]

Безумовно, що своєрідність Інтернет-дискурсу проявляється не лише в його структурі та специфічних рисах, але й на різних рівнях мовної системи. Тому перспективними є дослідження лінгвостилістичних особливостей різних жанрів Інтернет-дискурсу.

Отже, структура Інтернет-дискурсу зумовлена його жанровою специфікою та характеризується гетерогенністю, а базовою конститутивною ознакою, з якої витікають всі інші, є електронно-опосередкований канал комунікації.

Список використаної літератури:

1. Гриценко Л. М. Особенности виртуального дискурса / Л. М. Гриценко // Молодой ученый. – 2011. – Т.2, N. 6. – С. 17-20.
2. Інтернет-дискурс як новий тип комунікації: структура, мовне оформлення, жанрові формати [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://eprints.zu.edu.ua/16727/1/Гудзь.pdf>
3. Карпенко М.Ю. Лінгвістичні особливості Інтернет-дискурсу [Електронний ресурс] / М. Ю. Карпенко. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://mova.onu.edu.ua/article/view/101364>
4. Кастелс М Стратегія завдання образи у німецькомовному діалогічному Інтернет-дискурсі [Електронний ресурс] / Мануель Кастелс. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: https://stud.com.ua/64406/menedzhment/spetsifika_onlayn_komunikatsiyi_diskursivni_osoblivost
5. Стратегія завдання образи у німецькомовному діалогічному Інтернет-дискурсі [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <http://foreign-languages.karazin.ua/resources/8a33bc93addb571d1a0ac6d4d4339236.pdf>

Науковий керівник: доцент кафедри німецької філології, к. філол. н., доцент Овсієнко Л. О.

ВИДЫ ТВОРЧЕСКИХ ДИКТАНТОВ

Формирование у школьников прочных орфографических умений и навыков – одна из важнейших задач изучения языка вообще и русского языка в частности. Именно грамотное письмо является существенным элементом общей языковой культуры, показателем уровня образованности человека. Решающая роль в этом процессе принадлежит именно диктантам.

В методической литературе имеются исследования, в которых авторы рассматривают эффективность собственно орфографических упражнений вообще и диктантов в частности. Это работы А.В. Текучева, М.В. Ушакова, М.Т. Баранова, М.М. Разумовской, Л.Н. Поповой и др.

Ученый-методист М.Р. Львов в своем "Словаре-справочнике по методике русского языка" дает такое определение: "диктант – одно из наиболее употребительных письменных грамматико-орфографических аналитико-синтаксических упражнений, состоящее в воспроизведении услышанного, т. е. воспринятого на слух текста или отдельных его элементов, а также зрительно воспринятого и, в отличие от списывания, фиксируемого по памяти [2, 50].

Многие учёные (Л.Н. Попова, М.Р. Львов, М.Т. Баранов и др.) считают, что все диктанты условно можно разделить на две большие группы: *обучающие и контрольные*.

К обучающим диктантам следует отнести: предупредительные, объяснительные, выборочные, словарные, диктанты с комментированием, самодиктанты, диктанты "Проверяю себя", диктанты-переводы, творческие диктанты [1; 2; 3].

Творческие диктанты – это наиболее сложный, но также экономный и целенаправленный вид работы, так как в комплексе решает вопросы активизации мыслительной деятельности, закрепляет навыки правописания, развивает устную и письменную речь учащихся, то есть требует от них применения полученных знаний в новых, необычных условиях [1, 6].

Л.Н. Попова к наиболее распространенным видам творческих диктантов относит:

- *диктанты по началу*,
- *диктанты по картине*,
- *свободные диктанты*,
- *диктанты с грамматическим заданием*.

Ученые считают (Э.Г. Азимов, А.Н. Щукин), что творческие диктанты имеют много общего с изложением по опорным словам, со свободными диктантами.

В работе над любым диктантом выделяют три этапа:

- 1) знакомство с текстом до записи;
- 2) запись текста;
- 3) проверка текста.

Диктант по началу – учит школьников последовательно выражать свои мысли, развивает творческие способности. Учитель читает начало текста, ученики составляют предложения, которые являются продолжением прочитанного. В эти предложения должны войти слова на повторяемые правила. Текст необходимо подобрать (или составить самостоятельно) такой, чтобы ученикам было интересно его закончить; текст, в котором есть интересные факты или события, дающие возможность для творчества учеников. После окончания работы учитель снова читает начало текста, а ученики читают самостоятельно придуманные продолжения.

Диктант по картине учит детей выразительно описывать предметы, явления окружающей действительности. Перед диктантом учитель вывешивает картину, кратко сообщает учащимся сведения о художнике, его замысле, дате написания и др. Затем читает текст диктанта, составленного по картине. После знакомства учащихся с текстом, в котором

пропущены определенные грамматические категории, учитель читает отдельные предложения, а ученики записывают, вводя в текст нужные слова, называющие предметы, признаки, действия. При этом учитель показывает на картине описываемые предметы, подчеркивая, что слуховое восприятие прочитанного должно соответствовать увиденному, то есть содержанию самой картины. Записанный текст должен быть ярким и образным.

Свободный диктант – это запись учащимися в произвольной форме текста, запоминаемого после однократного чтения по абзацам [1, 269]. Обучающая ценность такого задания состоит в том, что при его выполнении запоминается и закрепляется лексика, грамматика, проверяются умения конструировать самостоятельные монологические высказывания на основе текста-источника.

Диктанты с грамматическим заданием – позволяет усвоить и запомнить правописание тех или иных орфограмм, формирует умение правильно определять грамматические категории.

Как подчеркивает Л.Н. Попова, при написании такого вида работ решаются в комплексе вопросы правописания и развития устной и письменной речи, используются межпредметные связи, что требует от учащихся применения полученных знаний, а также способствует развитию творческого мышления, умения самостоятельно оценивать события, делать выводы и обобщения [4, 3].

Таким образом, творческие диктанты – одно из наиболее эффективных синтетических упражнений по формированию коммуникативно-речевых и правописных умений. Диктанты такого вида занимают промежуточное место между чисто орфографическими упражнениями и специальными упражнениями по развитию речи.

Список использованной литературы:

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Львов М. Р. Словарь-справочник по методике русского языка: Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. №2101 "Рус. яз. и лит.". – М.: Просвещение, 1988. – 240 с.
3. Методика преподавания русского языка: Учебное пособие для студентов пед. институтов по спец. №2101 "Рус. яз. и лит." / М. Т. Баранов, Т. А. Ладыженская, М. Р. Львов и др.; Под ред. М. Т. Баранова. – М.: Просвещение, 1990. – 368 с.
4. Попова Л. Н. Диктанты по русскому языку для 5–9 классов: Пособие для учителя / Л. Н. Попова, Н. Г. Снежко, О. Я. Стоянова. – К.: Рад. шк., 1990. – 304 с.

Науковий керівник: к. філол. наук, доцент Барменкова О.П.

О. В. Гилюн

Інститут філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка

АКТАНТ "ЗБРОЯ" У СКЛАДІ ФРЕЙМУ "ВІЙНА" (НА МАТЕРІАЛІ УКРАЇНСЬКИХ ТА РОСІЙСЬКИХ ПАРЕМІЙ)

Актуальним завданням сучасної когнітивістики є вивчення мовної картини світу, зокрема, концептів – маркерів етно-культурного модусу світосприйняття. У світлі активізації військових протистоянь в останні роки особливого значення набуває дослідження мілітарної складової етно-національної концептосфери, у тому числі на матеріалі паремій, які зафіксували особливості ментального і вербального опрацювання історичного шляху етносу.

Агресія Росії на Сході України справила значний вплив на еволюцію структури концепту «Війна» в російській лінгвокультурі, на що уже звернули увагу Н. Акульшина, Н. Галунова, Л. Компанцева, Н. Копцева, К. Резникова, О. Чмир, Г. Яворська та ін. Усе рідше науковці послуговують терміном *війна* у його традиційному сенсі – ‘збройний конфлікт’, та усе частіше звертаються до опису нових її різновидів, зокрема *гібридної* (Л. Компанцева, Г. Яворська), *консцієнтальної* (О. Бондаренко, С. Гречка, О. Снитко) та *світоглядної* (Н. Слухай). Конститутивною ознакою нинішньої війни, незалежно від терміну, який використовується на її позначення (*гібридна, дифузна, інформаційна, проксі-війна* тощо), є використання слова у

якості зброї, а також посилення впливу в інформаційному та віртуальному вимірах. Реконструкція термінальної позиції «Зброя» у складі фрейму «Війна» на матеріалі російських паремій дозволить простежити особливості еволюції феноменології актанту «Зброя» в російській мовній картині світу. **Мета наукової розвідки** – представити особливості еволюційної трансформації термінальної позиції «Зброя» на матеріалі українських та російських прислів'їв та приказок про війну. **Матеріалом дослідження** стали близько 200 мілітарних паремій, вилучених з українських та російських словників усної народної творчості [1; 2; 3; 4].

Фрейм як складне багатоконпонентне утворення, «пакет інформації», дозволяє наочно представити внутрішню структуру концепту. У складі фрейму виділяють термінальні позиції – обов'язкові компоненти, які завжди релевантні для даної ситуації. Структура гіперконцепту «Війна» розгортається у вигляді акціонального фрейму, слотом-інструментативом якого є термінальна позиція «Зброя» – предмети, призначені для захисту чи оборони, за допомогою яких людина діє на об'єкт та перетворює його. Зброя найчастіше є базовим атрибутом «Актанта-суб'єкта», та позначає його перевагу над «Актантом-об'єктом».

Феномен зброї по-різному концептуалізується представниками різних лінгвокультур. В українських пареміях зброя найчастіше згадується у фольклорі козацької та посткозацької доби, а також у прислів'ях та приказках періоду Великої Вітчизняної війни (більшою мірою факультативно, оскільки цей час позначився значним впливом російської культури на українську, про що свідчать паремійні дублети, пор.: укр. *Для сміливого солдата і рукавиця граната* та рос. *Для смелого солдата и рукавица – граната*). Характерною ознакою українських паремій є тенденція уникати прямого найменування зброї та її специфікації, що досягається за рахунок використання: 1. **Збірною найменування «зброя»:** *Хто не має зброї, той не йде в бої; Гартуй свою зброю – готуйся до бою.* 2. **Метонімії та перифрази:** *Пам'ятай, ворог лихий, що у нас порох сухий; На мир надійся, а по-ворошиловськи стріляти не забувай.* 3. **Метафори:** *Годуй фашиста кулями, напувай свинцем, спати вкладай на багнетах* («війна-гостини»). Спектр озброєння, представлений в українських пареміях, значно вужчий, ніж в російських; він включає групи: **холодна** (*Ляхові курка, а мужикові шабля; Хто Ляшка рубатиме, той козацьку клюгу знатиме; Ой, дай, жінко, нагая – проучити Німчя; На диявола є хрест, а на ворога меч!*) та **вогнепальна** (*Рана від кулі глибока, а від шаблі широка*), групи **артилерійська** (*Наші «катюші» витрясли з фашистів душі*) та **вербальна** (*І пісня, і граната – зброя солдата*) представлені одиничними об'єктиватами, і сформувались, скоріше за все, під впливом російської лінгвокультури у період війни 1941-1945 рр.

У переліку етноспецифічних особливостей ставлення українців до зброї, що вирізняє їх з-поміж представників інших етносів, зокрема, російського, такі: 1) у руках українця предмети домашнього вжитку, у порівнянні зі справжньою зброєю, більш ефективні: *Він мене обухом, а я його лаптьом, лаптьом!.. Та що б ви думали? Мене повезли як пана, а він побіг як собака; Що кому годиться: мужикові цип, а Ляхові шабля;* 2) перевага надається кулачному поєдинку: *Не рад лях, що по уху ляп, а він хоче і вдруге; Буде морда бита в Гітлера-бандита;* 3) в основі мілітарної української паремії покладена народна сміхова культура: *Як татарин шаблею блисне, москаль в штани дрисне.*

У російських пареміях простежується тенденція використовувати прямі найменування на позначення зброї, найчастіше згадується **холодна** (*меч, сокира, штик, дубина, спис* тощо): *Разбирай кистени по рукам; Дубина народной войны; Ломать копьё* та ін. У період Великої Вітчизняної війни спектр вербалізаторів актанту «Зброя» значно розширюється. За принципом дії розподілимо їх на групи: 1) **холодна:** *Наш покой не тревожь: всадим нож; На фашистскую гадину нашлась хорошая рогатина;* 2) **вогнепальна:** *Лежу в огороде с винтовкой на взводе; Бьют врага из ружья наши мужья; Буду и я партизаном – с этим наганом.* Для позначення вогнепальної зброї нерідко використовують метонімічний перенос: *Пуля дура, а виноватого найдет;* 3) **автоматична:** *Бери пулемёт – и вперед;* 4) **метальна:** *В атаке граната – вместо брата;* 5) **кінестетична:** *Пушка бух – и фашистов в пух;* 6) **міни:** *Партизанская мина упала – фашистов закопала; Советская мина долетит до Берлина.* Відбилися у російській народній творчості і прецедентні феномени війни 1941-1945 рр.: *Советские «Илы» руют фрицам могилы; «Катюша» ходит, песню заводит: фашист услышит – и сразу не дышит.*

Оскільки війна як етап розгортання сакральної історії соціуму характеризується хаотизацією та переорієнтацією усталених парадигм, у воєнний час у якості зброї можуть використовуватися предмети, функціонально для цього не призначені, зокрема: **сільськогосподарські знаряддя** (*Можно драться и вилами с врагами постылыми*), **аграрні культури** (*Не только штык, но и колос врага колет; Для фашистов и береза угроза*), **предмети домашнього вжитку** (*Бьёт по фашисту пылко и простая бутылка; Для смелого солдата и рукавица – граната*), **невербальні** (*Плясать – врагов топтать*) та **вербальні** (*Снарядом и песней по врагу треснем*) форми. У період війни дієвою є *пісня* (*И песня по врагу стреляет*); вона піднімає бойовий дух, виконує терапевтичну, мілітарну та сугестивну функції: *Тот на войне не мается, кто песнями запасается*. Відомі випадки використання пісні з метою залякування противника, що у роки війни 1941-1945 рр. дістало назву «Російська психічна атака» (див. опис [2, 105-106]). Як пісня, так і паремія, що включає приховану чи явну директиву, справляє сугестивний вплив на психіку бійця. З цієї точки зору обидві можуть розглядатися як древні праформи інформаційної зброї.

Загалом українська та російська лінгвокультури демонструють різні підходи до ведення конфлікту: росіяни покладаються на зброю (як традиційну, так і нетрадиційну), українці – на фізичну силу та воєнну хитрість.

Таким чином, модель еволюції термінальної позиції «Зброя» в російській лінгвокультурі можна представити наступним чином: холодне → вогнепальне → ментальне (*пісня*); в українській мовно-концептуальній картині світу позиція «ментальне» сформувалась, скоріше за все, під впливом російської. Проекція отриманих результатів на реальність сьогодення показує, що сучасний перехід до слова-зброї є закономірним явищем: модус протистояння змістився з фізичного в інформаційний вимір (див. *Weaponized narrative* [5]), а тепер поступово просочується у віртуальний. Тож увага сучасних лінгвістів до вивчення мови війни вкотре засвідчує, що настала нова епоха військових протистоянь, де слово та зброя стають рівнозначними поняттями.

Перспективою подальших досліджень є характеристика мови війни в аспекті лінгвістики впливу з метою окреслити мілітарний потенціал *слова* як одного з основних інструментів сучасної гібридної війни.

Список використаної літератури:

1. Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка: в 2-х т. / В. И. Даль. – СПб-М.: Издание книгопродавца-типографа М. О. Вольфа, 1880. – Т. 1. – 723 с.
2. Нарбекова А. Н. Фронтные пословицы, поговорки, частушки и солдатские байки / А. Н. Нарбекова. – М.: Вече, 2015. – 208 с.
3. Українські приказки, прислів'я і таке інше / Упоряд., приміт. та вступна ст. М. М. Пазяка / Уклад М. Номис. – К.: Либідь, 1993. – 768 с.
4. Українські прислів'я та приказки / Під. ред. С. Д. Зубкова. – К.: Видавництво художньої літератури «Дніпро», 1984. – 389 с.
5. Allenby, Braden R. "The Age of Weaponized Narrative, or, Where Have You Gone, Walter Cronkite?" *Issues in Science and Technology* 33, no. 4 (Summer 2017). URL: <https://issues.org/the-age-of-weaponized-narrative-or-where-have-you-gone-walter-cronkite/>.

Науковий керівник: д. філол. наук, професор Слухай Н. В.

Ю.С. Коломацкая

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМА РЕЧЕВОГО ЭТИКЕТА В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ

Исследование проблем коммуникации, национально-культурной специфики речевого поведения выдвигает проблемы речевого этикета, которые актуальны в плане коммуникативной и национально-культурной направленности обучения языку в школе.

В исследованиях учёных, посвященных вопросам воспитания и формирования у учащихся речевого этикета, получили освещение следующие проблемы: задачи обучения

школьников речевому этикету (Л.А. Введенская, М.Р. Львов и др.); трактовка понятия "владение речевым этикетом" (Т.А. Ладыженская, В.И. Капинос и др.); отбор конкретного содержания обучения речевому этикету (О.А. Панина, М.С. Соловейчик и др.); приёмы и способы целенаправленного обучения речевому этикету (Н.И. Формановская, Т.А. Ладыженская и др.).

Ученый-методист Н.И. Формановская дает такое определение речевому этикету: "под речевым этикетом понимаются регулирующие правила речевого поведения, система национально специфичных стереотипных, устойчивых формул общения, принятых и предписанных обществом для установления контакта собеседников, поддержания и прерывания контакта в избранной тональности" [5, 16].

Изменения, которые происходят в речевом поведении вообще и в речевом этикете в частности, оказываются гораздо менее заметными, чем изменения в культурной или политической жизни. По-видимому, старшее поколение рассматривает результат подобных изменений как простое и случайное нарушение (невоспитанность молодежи и т. п.), а младшее – напротив, как норму. Таким образом, процесс изменений остается незамеченным. Тем не менее, изменения в речевом поведении и речевом этикете происходят и притом весьма значительные. Стандартное речевое поведение человека перестает восприниматься как стандартное, а становится лишь одним из возможных, допустимых типов поведения. Оно может оцениваться даже как неправильное или не вполне правильное людьми, выбирающими другие стратегии поведения, другой речевой этикет.

В области исследования этикета практически нет фундаментальных теоретических работ. В основном работы по этикету носят рекомендательный характер и ориентированы на иностранцев, изучающих русский язык (В.В. Гольдин, Н.И. Формановская).

В последнее время современная школа всё больше стала опираться в построении процесса обучения на его интерактивные формы как основу личностного развития школьников. Учебный диалог при такой организации процесса обучения занимает одно из первых мест.

Снижение культуры поведения и общения, культуры речи в нашей стране, тенденция к распространению жаргона и просторечия во всех сферах общества, употребление вульгаризмов, нецензурных выражений, рост эмоционального общения – все это свидетельствует о том, что повышение культуры поведения и общения детей является важнейшей педагогической задачей.

Одним из путей решения данной проблемы является организация обучения учащихся нормативному и эффективному общению. Основная цель обучения учащихся культуре общения – формирование у них адекватного коммуникативного поведения. *Коммуникативное поведение человека* – это совокупность норм и традиций общения. *Адекватное коммуникативное поведение* – это такое коммуникативное поведение, которое соответствует принятым для определенной ситуации нормам и является эффективным. Таким образом, учащиеся должны освоить этикетные нормы общения и правила и приёмы эффективного общения.

Таким образом, основные задачи, стоящие перед учителем, преподающим культуру общения, будут такие:

- сформировать коммуникативную грамотность учащихся, заключающуюся в знании ими функция общения, роли общения в жизни человека, коллектива и общества, понимании причин конфликтов, возникающих в общении людей, знании собственных коммуникативных характеристик и основных направлений оптимизации своей коммуникативной деятельности;
- научить учащихся осмысливать свою и чужую коммуникативную практику, развивать у них внимание к собственной речи и речи собеседника, умение анализировать собственное коммуникативное поведение и коммуникативное поведение собеседника, замечать ошибки в своей и чужой речи;
- сформировать у учащихся навык ответственного коммуникативного поведения, умение корректировать своё общение в зависимости от ситуации и участников актов общения;

- вооружить учащихся знанием принятых в культурном обществе норм этикета и общения, а также норм культуры речи;
- обучить учащихся основным правилам и приёмам эффективного коммуникативного поведения в различных ситуациях.

Таким образом, речевой этикет – важный элемент национальной культуры. В языке, речевом поведении, устойчивых формулах общения сложился богатый народный опыт, неповторимость обычаев, образа жизни, условий быта народа. Речевой этикет представляет собой совокупность словесных форм учтивости, без которых просто нельзя обойтись. Национальная специфика речевого этикета чрезвычайно ярка, потому что на неповторимые особенности языка здесь накладываются особенности обрядов, привычек, всего принятого и не принятого в поведении, разрешенного и запрещенного в социальном этикете. Речевой этикет – важный фактор воспитания и обучения школьников. Развитие культуры речевого поведения, овладение нормами национального речевого этикета – должно стать одним из важнейших требований обучения школьников в современной школе.

Список использованной литературы:

1. Гольдин В.В. Речь и этикет / В.В. Гольдин. – М., 1983. – 109 с.
2. Пересунько Т. М. Інноваційні технології навчання у розвитку творчих здібностей учнів на уроках української мови та літератури. – Електронний ресурс. – Режим доступу: http://muzicteacher.at.ua/publ/innovacijni_tekhnologiji_navchannja_v_suchasnij_shkoli/1-1-0-5.
3. Русский язык и культур речи: учебное пособие / Л.А. Введенская, М.Н. Черкасова. – Ростов н/Д: Феникс, 2011. – 380 с.
4. Стернин И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М., 1996. – С. 97–112.
5. Формановская Н.И. Русский речевой этикет: лингвистический и методологический аспекты. – М., 1987. – 126 с.

Науковий керівник: к. пед. наук, доцент Василенко М.П.

Ю. Г. Макодзей

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОНЦЕПТ "ЧЕЛОВЕК" В РОМАНЕ АНДРЕЯ БЕЛОГО "ПЕТЕРБУРГ"

Характерной особенностью современной лингвистики является исследование языка как средства установления отношений между человеком и окружающей его действительностью. Воспринимая мир и взаимодействуя с ним, человек фиксирует свои отношения языковыми средствами, основными из которых являются концепты. Изучение концептов в художественном произведении, их репрезентации с помощью различных языковых средств, их взаимодействия в структуре художественного целого помогает понять мировоззрение не только самого автора, но иногда целой эпохи, и даже менталитет целого народа. Это вполне относится к русской философской прозе начала XX века, одним из выдающихся представителей которой был Андрей Белый (1880-1934). Особое значение для характеристики концептосферы писателя имеет роман «Петербург», центральный роман цикла, посвящённого судьбе России и человека в современную писателю эпоху.

Художественная реальность романа создаётся через целую систему концептов, имеющих философско-исторический смысл. Одним из центральных концептов предстаёт «человек», в котором сочетаются семантические особенности философской категории и речевого узуса.

В Большом толковом словаре русского языка, изданном Институтом лингвистических исследований (Санкт-Петербург, 2000) выделены такие значения слова «человек»: 1) живое существо, обладающее мышлением, речью, способностью создавать орудия и пользоваться ими в процессе общественного труда; 2) лицо, являющееся носителем каких-либо внутренних характерных качеств, свойств, принадлежащее к какой-либо среде, обществу и т. п.; 3) в значении единицы счёта (один человек, несколько человек); 4) личность как воплощение высоких моральных и интеллектуальных свойств; 5) кто-то, некто; 6) в России до 1917 года: дворовый слуга или вообще слуга [82, с.1470].

Наиболее частотна в романе «Петербург» употребление слова «человек» в значении (2). В этом значении в тексте романа представлен не вообще человек, а человек в его морально-психологической и социальной определённости. Достаточно часто встречаются гипосемы, связанные с социальным положением человека. К ним можно отнести гипосемы *государственный человек* [13, с.21, 34, 163, 223], *великий человек* [13, с.34, 96, 97], *светский человек* [13, с.131, 132], *светский молодой человек* [13, с.61], *рабочий человек* [13, с.97], *нелегальный человек* [13, с.86, 286]. Представлены также демографические признаки: возрастные – *молодой человек* [13, с.28, 51, 52, 204, 206], *блестящий молодой человек* [13, с.44] и национальные – *восточный человек* [13, с.44, 88, 295], *русский человек* [13, с.176].

Особые разновидности концепта «человек» образуют характеристик личностных качеств – характера и поведения: *робкий человек* [13, с.94], *честный человек* [13, с.131, 132], *простой человек* [13, с.131], *обыденный, совершенно нормальный человек* [13, с.192,193], *простодушнейший человек* [13, с.193], *обидчивый человек* [13, с.268]; моральных качеств: *исключительно нравственный человек* [13, с.210]; образованности: *просвещённый человек* [13, с.234]. В качестве дифференциальных признаков употребляются также оценки: *милый человек* [13, с.208], *странный человек* [13, с.248]; психические и духовные состояния: *человек бессознательный* [13, с.234], *человек нирванический* [13, с.236].

Достаточно часто концепт человека предстаёт в значении (5). Речь идёт о чисто внешнем указании на человека как некоторого, неопределённого или чисто внешне воспринимаемого субъекта. «*Да я там, в ресторанчике, посадил человека*» [13, с.37]. Человек обозначается через его физическое присутствие: «...*шорох или шаг постороннего человека, превращая вселенную в комнату*» [13, с.45]. «*Там пришёл человек*» [13, с.46]. Иногда подчёркивается анонимность обозначаемого лица: «...*как-то раз, возвращаясь домой, он увидел сходящего с лестницы неизвестного человека, который сказал ему: — «Вы с Ним связаны...». Кто был подлинно сходящий с лестницы человек, кто был Он (с большой буквы), Кто связует с Собой, Александр Иванович не пожелал разузнать, но порывисто бросился от неизвестного вверх по лестнице. Неизвестный его не преследовал*» [13, с.288].

Наконец, встречается в тексте романа и связанное с дореволюционной эпохой значение слова «человек». В использовании значения (6) отражена культура сословного общества, отражение которой неизбежно в тексте в качестве маркера исторической действительности: «*Человек: чистую скатерть...*» [13, с.208]; «*К чему эта пытка? Если вы действительно тот, за кого себя выдаете, — человек, получите! — то все поведение ваше, все ваши ужимочки — недостойны*» [13, с.212].

Концепт «человек» часто ассоциируется с понятием действующего лица (*государственный человек из черного куба кареты вдруг расширился во все стороны и над ней воспарил* [13, с.21]). Иногда речь идёт о воображаемом действующем лице (*Лишь тень моя — неуловимый молодой человек — не сотрясся и не расплылся от выстрела, беспрепятственно совершая свой пробег до Невы* [13, с.28]). Усложнение семантики концепта происходит и через характеристику предмета как принадлежащего человеку (или определённому типу человека) (*такие бы точно глаза встретили б на портрете, приложенном к биографии великого человека* [13, с.34]). Человек ассоциируется также с концептом объекта действия (*Да я там, в ресторанчике, посадил человека* [13, с.37]). Использование в романе «Петербург» концепта «человек» связано также с действием, относимым к человеку (акцент при этом делается не на совершающем действие человеке, а на самом действии) (*Там пришёл человек* [13, с.46]). Характеристика человека может играть роль дополнительного аспекта его описания (...*секретарь, молодой человек, с либерально как-то на шейном крахмале бьющимся орденом подлетел к высокой особе...*[13, с.51]).

Характерна для стиля Андрея Белого авторская несколько ироническая характеристика человеческих проявлений (...*Александр Ивановичу, как нелегальному человеку, надлежало сохранять теснейшую дружбу* [13, с.286]). В отдельных эпизодах имеет место психологическая типизация со стороны автора (...*Александр Иванович был обидчивый человек, так что ткнул окурком он в цветочную вазу...* [13, с.268]). Иногда такая психологическая типизация со стороны автора содержит элемент авторской оценки (...*странный он был человек: думал о домике в то самое время, когда Николай Аполлонович кидал ему свои фразы...* [13, с.248]).

Знакомство Андрея Белого с философией дополняет содержание концепта «человек» авторской философской оценкой с использованием специфических терминов и неологизмов (*не забудем, что Николай Аполлонович был кантианец; более того: когенианец; в этом смысле он был человек нирванический* [13, с.236]). Одним из наиболее обычных прагматических элементов семантики концепта «человек» в романе «Петербург» является авторская ирония, которая выражается фактически точными словами, но несущими некоторое преувеличение, что придаёт оттенок гротескной интонации (*Николай Аполлонович был человек просвещенный* [13, с.234]). Тот же эффект имеет столкновение слов со скрыто исключаящими значениями, что также звучит иронично (*Как ужасна участь обыденного, совершенно нормального человека* [13, с.192]).

Среди охватываемых концептом «человек» сфер действительности следует выделить сферу официальных наименований (...о знакомствах *Николая Аполлоновича государственный человек не считал себя вправе осведомляться* [13, с.34]). Фиксируется в использовании концепта «человек» также антропологическое значение, элементам которого являются внешность, черты характера, особенности поведения. Сюда же можно отнести общие проявления человека, жизненные позиции, качества, отношения (*Человек способен понять человеческую измену, преступление, человеческий даже позор; ведь, понять — значит, уж почти найти оправдание* [13, с.131]). Концепт «человек» охватывает сферу социальных различий и статусов сословного общества, часто в статусные наименования вплетаются этические нормы сословного общества: светский человек – честный человек (*Николаю Аполлоновичу, как человеку светскому, как честному человеку, благородно позволил Сергей Сергеевич стать меж собой и женой* [13, с.132]).

Выводы. Концепт «человек» играет особую роль в концептосфере Андрея Белого, поскольку его философская проза представляет собой размышления о человеке, его положении в современном мире, связи с прошлым, будущим и с мировой реальностью в целом. Автор воспринимает человека в его социальной и антропологическо-культурной сущности. Оттенками концептуального значения «человека» являются действующее лицо, человек как объект действия, воображаемое действующее лицо, внешний вид человека, ситуативная характеристика человека.

Список использованной литературы:

1. Белый Андрей. Петербург. / Андрей Белый. – М.: Наука, 1981. – 696 с.
2. Большой толковый словарь русского языка / Сост. и гл. ред. С.А.Кузнецов. – СПб.: «Норинт», 2000. – 1536 с.

Науковий керівник: к. філол. наук, доцент Кулешова Л.М.

Д. М. Муравьёва

Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого

**ФЕНОМЕН ТОЛЕРАНТНОСТИ В ЯЗЫКОВОЙ КУЛЬТУРЕ:
ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ**

Толерантность (от лат. *tolerare* – терпеть, привыкать), как социокультурное явление, существенно отличается от других случаев использования этого термина в иммунологии, медицине, биологии, инженерии или даже математике. Главным отличием применения понятия “толерантность” в гуманитарных науках есть его использование относительно человечества в целом, различных человеческих групп или даже относительно отдельных личностей. В любом случае толерантность, как “отношение терпения” или как “отношение привыкания”, применима не столько к конкретным людям, как биологическому виду (хотя терпимость/нетерпимость исключительно к внешним признакам тоже имеет своё место в истории), сколько к мировоззрению другого человека, стилю жизни другого человека или групп людей.

Выражение человеком мировоззрения (устно, письменно или другими визуальными способами), а также – конкретная практика погружения его в социальную среду, с сопутствующими планами, грёзами, действиями, оценками и т.д., требует коммуникации, главной среди которой представляется всё же языковая коммуникация. Ибо сказанное или написанное и есть предметом рассуждений, ведения диалога, общения двоих и более людей, их действий. Также можно выделить в качестве отдельного предмета исследования “феномен толерантности” отдельных текстов (трактатов, документов и т.п.), оставленных нам историей. Но в целом более современным представляется изучение толерантности, как социокультурного явления, имеющего место в повседневной жизни, то есть с помощью социологической, социально-психологической, этнолингвистической и других междисциплинарных методологий исследования языковой культуры современности на примере разных языков.

Не вызывает сомнений тот факт, что “терпимость” (либо “привыкание”) – это многообразное явление, которое может выражаться не только одним словом, но и целыми фразами или даже отдельными публичными выступлениями. Не будет преувеличением сказать, что это явление исторически стало вторичным от своего негативного двойника – интолерантности. Философ Марина Ростовцева определяет “интолерантное отношение” прежде всего, как “агрессивно конфликтное отношение” [1, 13]. С давних времён нетерпимое отношение “к другому” фактически означало отношение “к чужому” и выражалось, казалось бы, в просто непреодолимых человеческой природой формах ксенофобии, этноцентризма, расизма. Эти негативные социальные явления имеют очень древнюю историю по всей планете и выражаются в оскорблениях, демонизации, насмешках, в пренебрежении и предубеждении, в преследованиях и запугиваниях, в эксплуатации, изгнании, сегрегации или же других репрессиях людей.

Толерантное отношение к людям и отдельным их группам – сравнительно недавнее явление, появившееся в последствии переосмысления многих войн (в том числе мировых), жестокого истребления людей (в том числе одиозных геноцидов), стремительного заселения планеты (в том числе ведущего к борьбе из-за недостаточности ресурсов). Глубокое осознание необходимости преодоления ксенофобии (буквально “боязни другого”) пришло и у видных государственных деятелей, и в научном гуманитарном сообществе только лишь после Второй мировой войны. И, естественно, осознание это прошло не во всех странах, либо же прошло, но не до конца, не в одинаковой степени восприятия, неглубоко или же вовсе оказалось неправильно осмысленным.

Толерантное отношение может вырабатывать сам человек. Но могут и социальные институты (семья, школа, университет, коллектив, церковь), и, безусловно, государственные институты. Объективной реальностью XX и XXI столетий остается то, что государства строятся по национальному принципу. То есть граждане конкретной страны объединены некой национальной идеологией, которая, в свою очередь, исходит из исторических, этнологических и литературных нарративов, очень часто страдающих застарелыми стереотипными подачами образов других этносов, наций, рас или же других социокультурных (не обязательно этнических или религиозных) групп. Например, в постсоветских странах до сих пор стойким остается интолерантное клише “загнивающих капиталистов” в Западной Европе, равносильно применимое, кстати, теперь уже к внутренним предпринимателям, которых время от времени, но всё же стигматизируют в украинском, российском или белорусском обществе как “хитрых нуворишей”.

Выше сказанное даёт возможность убедиться, что изучение толерантности, как феномена конкретной языковой культуры, невозможно без учёта этноспецифических аспектов её формирования и развития. При этом не следует забывать, что не все этносы становились или всегда были государственными нациями, то есть, во-первых, не все они имели возможность в быстрые сроки организовать государственный быт своей этнической группы согласно идеологемы “одна нация – одно государство”, во-вторых, не все они имели равные условия развития своей культуры, в том числе языковой. Например, русская словесность в

своё время боролась с немецким и французским языками за право быть языком политической элиты России, как и украинский язык – за право быть не только языком крестьянства и узкой прослойки интеллигенции, а и школы, высокого искусства и науки, гражданских институций, той же элиты.

Всё это этноисторическое наследие естественно отложилось и на современной языковой культуре, политических и культурных дискуссиях экспертной среды, равно как и на общественных дискурсах, возможно, упрощенных, но очень показательных, в частности и применительно к такому явлению, как толерантность.

Что интересно, отношение толерантности (а скорее – преодоления нетолерантности) воспитывается в человеке ещё с детства. То есть, это осознанное явление может быть воспитано семьёй, а может и воспитателями детского сада, которые действуют уже согласно конкретным служебным инструкциям, то есть выполняют госзаказ на воспитание гражданина конкретного государства. Так или иначе, и родители, и воспитатели транслируют ребенку доминирующую в данном обществе словесную конструкцию того или иного проявления толерантности либо же наоборот.

Очевидно, при изучении этноспецифических аспектов феномена толерантности на материалах конкретной языковой культуры каждый исследователь должен будет более детально учитывать и выше описанное этноисторическое наследие, и возрастные особенности языковой культуры отдельных индивидуумов, и социально-профессиональные, и, конечно же, политику отдельных государств, направленную на воспитание “отношения терпения” или “отношения привыкания” к другому. На современном этапе для России, Украины, Белоруссии и других стран целесообразно будет использовать материалы лингвистических и социологических исследований, начиная с 1991 года, то есть – с новой геополитической реальности, в которой оказались общества этих стран почти три десятилетия назад, и культура этих обществ в частности. Также целесообразно использовать исследования социальных психологов, историков, политологов и даже политтехнологов, ибо очень часто именно они предлагают весьма интересные тексты, в которых мы можем проследить смысловое разграничение людей на группы и восприятие их друг другом через давно имеющиеся этнические стереотипы либо же какие-нибудь инновационные приемы формирования общественного мнения, в частности по формированию отношения “к другому” как “к себе” – то есть восприимчиво (либо же и по целям, и по факту – наоборот).

Трудно отрицать вот такую мысль российского историка Алегвара Аскерова: “Толерантность – трудное и редкое достижение по той простой причине, что фундаментом сообщества является родовое сознание. Мы объединяемся в одной общности с теми, кто разделяет наши убеждения, или с теми, кто разговаривает на том же языке или имеет ту же культуру, что и мы, или с теми, кто принадлежит к той же этнической группе. В сущности, общность языка и чувство этнической близости на всем протяжении человеческой истории выступают в качестве оснований сообщества” [2, 36].

Но трудно отрицать и больше стратегическое, чем реальное, пожелание Марины Ростовцевой, согласно которому толерантность должна стать особой формой “отношения принятия” между людьми [1, 13], что гораздо глубже, чем “отношение терпения” или “отношение привыкания”. Компаративное языкознание, как видим, имеет очень большой потенциал в постановке и разрешении таких важных гуманитарных вопросов.

Список использованной литературы:

1. Ростовцева М.В. Проблема интолерантности в современном обществе // Марина Викторовна Ростовцева // Социодинамика. – 2016. – №6. – С. 13-17.
2. Аскеров А.Г. Исторические аспекты толерантности / Алегвар Гасаналиевич Аскеров // Толерантность в современном обществе: опыт междисциплинарных исследований : сборник научных статей / Ярославль : Изд-во ЯГПУ, 2011. – С. 36-37.

Научный руководитель: к. филол. наук, доцент Корновенко Л.В.

ПРОБЛЕМА МЕТАФОРИ В ЛІНГВІСТИЦІ

Однією з ключових проблем мовознавства завжди була й лишається метафора. Давньогрецький філософ і учений Арістотель був першим, хто розглянув в своїх працях поняття метафори. Метафору він тлумачить як бачення одного об'єкта через інший, і в цьому значенні метафора є одним із способів репрезентації знань у мовній формі [3, 17].

Пояснення механізму метафори розглядається в різних аспектах. У логіко-філософському метафора трактується як мисленнєва операція неістинного, фіктивного позначення шляхом поєднання двох думок про різні предмети, ознаки, ситуації переважно шляхом виокремлення певного суміжного поняття [там само]. Формування метафори за принципом *als ob* – «нібито», полягає в тому, що вона відкидає належність об'єкта до того класу, до якого він насправді входить, і стверджує його залучення до категорії, до якої він не може бути віднесений раціонально [1].

Другим аспектом розгляду механізму метафори є логіко-психологічний. Він представлений інтеракційною теорією, що аналізувала метафору в психолінгвістичному і логічному аспектах [3, 98].

На противагу інтеракційній теорії, тричленна механістична концепція Х. Деламара пояснює метафору як перенесення значення від вихідного слова на результуюче на підставі суміжного поняття [там само].

Третім аспектом з'ясування природи метафори, який виокремлює О. О. Селіванова, є психологічний, який характеризується аналізом психологічного підґрунтя метафори, зокрема уявлень людини [3, 389].

Наступним аспектом є лінгвістичний аспект, що пояснює механізм метафоризації семною динамікою: при метафоризації відбувається згасання інтегральної семи у структурі значення слова, яка поступається місцем диференційній чи потенційній семам [3, 390].

Найсучасніше пояснення механізму метафори здійснюється в когнітивному аспекті, де найбільш поширеною є діяльнісна теорія концептуальної метафори, розроблена американськими мовознавцями Дж. Лакоффом і М. Джонсоном. Згідно з їхньою теорією, метафора є використанням знака однієї предметної сфери на позначення складника іншої [4, 202]. Предметна сфера, що постачає знаки, які переносяться до іншої сфери, названа джерелом (*source domain*). Сфера, яка запозичує знаки із джерела, є мішенню (*target domain*) [4, 226]. Вибір донорської зони та її пов'язування з реципієнтною є не випадковим процесом. Німецька дослідниця М. Шварц, яка вважає, що метафори є результатом семантично-концептуального процесу, який мотивований потребою пояснити складні мисленнєві допустимі сфери, і тому творення метафор є продуктивним засобом осмислити й описати нові аспекти досвіду за допомогою конкретних і вже відомих аспектів» [5, 108].

Список використаної літератури:

1. Арутюнова НД. Метафора и дискурс // Теория метафоры. - М., 1990.
2. Никитин М.В. Курс лингвистической семантики. — СПб., 1997.
3. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 711 с.
4. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія. / О. О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2010. – 844 с.
5. Lakoff, G. The Contemporary Theory of Metaphor. / George Lakoff // Metaphor and Thought / ed. by Andrew Ortony. – [2nd ed.]. – Cambridge : Cambridge University Press, 1993. – P. 202–251.
6. Schwarz, M. Semantik. Ein Arbeitsbuch / Monika Schwarz. – 4., aktualisierte Auflage. – Tübingen: Günter Narr Verlag, 2004. – 223 S.

Науковий керівник: старший викладач кафедри німецької філології,
к філол. н., ст. викладач Стройкова С. А.

КОНЦЕПТ ТЮРЬМА В РАССКАЗАХ СТИВЕНА КИНГА

Д.С. Лихачев в работе «Концептосфера русского языка» говорит о том, что концепт является результатом столкновения словарного значения слова с личным народным опытом человека. «Рассматривая, как воспринимается слово, значение и концепт, мы не должны исключать человека..., потенции концепта тем шире и богаче, чем шире и богаче культурный опыт человека..., и чем меньше культурный опыт человека, тем беднее не только его язык, но и его «концептосфера», – пишет Д.С.Лихачев [1, 320]. Структурным элементом концептосферы является концепт. По мнению Ю.С. Степанова, концепт формируется в результате своеобразного членения языковой картины мира на некие микромиры, соответствующие всем возможным ситуациям, известным человеку и поэтому называемым возможными мирами. Это особые ментальные образования, представляющие форму существования культуры [2, 40].

Объектом нашего исследования являются рассказы американского писателя Стивена Кинга, которого, по общему мнению его читателей, можно отнести к самым популярным авторам. Предметом исследования является концептосфера его рассказов.

В данной статье мы проанализировали концепт *imprisonment* (тюрьма). В концепте *тюрьма* мы выделили такие семантические группы: концепт *тюрьма* имеет прямое значение – здание для содержания лиц, лишённых свободы. Это значение является ядром концепта *тюрьма*. В эту семантическую группу входят следующие семы: описание пространства тюрем, различные способы номинации обитателей. В каждой последующей группе можно отметить усиление индивидуально-авторских смыслов. Семантическое содержание концепта *тюрьма* первой группы выражается в следующих грамматических пассивных конструкциях (*быть арестованным*). Понятийный слой концепта включает в себя различные наименования «пленников» (*inmates – сокамерник, cons – зек, prisoners – заключенный*) и их стилистически маркированные синонимы, используемые в тюремном сленге для обозначения различных уровней неофициальной тюремной иерархии (*long-timer – долгосрочник, hard-timer – человек, отбывающий долгий тюремный срок и тяжело работающий изо дня в день, lifer – вечник, пожизненник*), а также тех, кто ограничивает свободу заключенных (*employees – персонал/работники по найму/служащие, prisoncrew – тюремная шайка/банда/бригада, officer – офицер/надзиратель, cop – полицейский/кон, captor – тюремщик, chief custodian – главный комендант, jailer – смотритель/надзиратель*). Вторая семантическая группа концепта *тюрьма* представлена лексемами, которые расширяют первоначальное, исходное значение, так, это могут быть как название мест заключения (*the Gotham Cafe – кафе Готэм*), обозначения тюремных помещений (*cell – тюремная камера*), так и такие, лексемы, которые изначально не предусматривают сему заключения, но в рассказах Стивена Кинга употребляются как понятийные синонимы к концепту *тюрьма* (*shaft* – (штольня), «*restaurant*» (ресторан), «*cubicle*» (кабинка), «*jug*» (кувшин), «*keg*» (бочка), «*shithouse*» («нужник»). В третью группу мы выделили лексемы, включающие дополнительные семы фантастического содержания. Так, человек попадает в тюрьму в силу нереальных событий: «*Survivor Type*» (*Тот, кто хочет выжить*), «*1408*», «*Chattering Teeth*» (*Клацающие зубы*), «*The Ten O'Clock People*» (*Люди десяти часов утра*), «*Willa*» (*Уилла*), «*The Raft*» (*Плот*), «*Trucks*» (*Грузовики*), «*Graveyard Shift*» (*Ночная смена*). В четвертой группе концепт *тюрьма* – убежище, т.е. место спасения. И только со временем семантика изменяется и становится приближенной по значению к концепту I группы: «*Rainy Season*» (*Сезон дождя*). В пятой группе концепт *imprisonment* (тюрьма) – это открытое пространство, с одной стороны, а с другой стороны, это параллельный мир, откуда герой выбраться не может: «*Umney's Last Case*» (*Последнее дело Амни*), «*Crouch End*» (*Крауч-Энд*). Фантастика и реальность здесь переплетены. Интересной представляется шестая группа, где концепт *тюрьма* – заточение духа в оболочке человеческого тела: «*Autopsy Room Four*» (*Секционный зал номер четыре*) –

человек, вследствие наркоза, оказывается «запертым» в собственной парализованном теле. Следует отметить, что концепт *тюрьма* имеет дифференциальную сему эмоционального уровня с ярко выраженным негативным оттенком, например, прил. *Goddamned* – *треклятый/проклятый*, *goddam* – *будь я проклят, чертов (чертовский)*, *horrible* – *ужасный*, *fucking* – *хренов, гребанный, трекаятый*. *Тюрьма* – ад: «*a long season in hell*» – *одиночное заключение*. Примечательно, что попадая в поле концепта, самые обыкновенные обозначения помещений приобретают характер лабиринта, из которого главный герой не может вырваться (*auditorium* – *аудитория*, *booth* – *будка/киоск/кабина/стенд на выставке*, *stamping-mill* – *толчейная фабрика (для измельчения руды)*, *diningroom* – *обеденная/столовая*, *Men's and Women's rooms* – *мужской и женский туалет*, *kitchen* – *кухня*). Для концепта *тюрьма* характерны такие гипосемы, как *теснота*, которые усиливаются именами прилагательными «*little*» – *маленький*, «*tiny*» – *крошечный*, «*small*» – *небольшой*, «*narrow*» – *узкий*, «*tight*» – *тугой*, «*phone-booth-sized*» – *с размера телефонной будки*, «*six steps each way*» – *6 шагов в каждую сторону*, «*less than four inches of clearance on either side*» – *проход/зазор меньше 4 дюймов с каждой стороны*), дурной запах (*stale* – *затхлый*, *unaired* – *непроветренный*, *smelling salmon* – *пахнущий лососем(рыбой)*, *odor of disinfectant* – *с запахом дезинфицирующего средства*, *the stench of decaying human waste* – *зловоние разлагающихся экскрементов*, *evil aroma* – *отвратительный запах*) и серость (*gray* – *серый*, *fog-gray* – *дымчато-серый*, *shadowy* – *туманный*, *dull* – *тусклый*, *dim* – *мрачный*, *concrete* – *бетонный*). Сема *дурной запах* является еще одной показательной дифференциальной семой, так как позволяет отделить пространство места заточения от пространства свободного, неограниченного. Он может метафоризироваться в виде дикого зверя, разрывающего глотку своими когтями: «... *the stench of the tank seemed to leap down his throat and sink claws into his stomach*» – ... *вонь камеры предварительного заключения соскочила по горлу вниз и впилась когтями в его желудок*. На периферии концепта *тюрьма* находится гипосема *несвободы*, но другого плана – это насекомое попавшее в паутину (*as dazed and helpless as a poisoned insect in a spider's web* – *такой же окоченелый и беспомощный, как и отравленное насекомое в паутине паука*); или животное попавшее в ловушку (*like an animal in a leg-hold trap* – *как животное в ногозахватывающем капкане*), собаки (*like a cur dog chained to a ringbolt* – *как дворняжка/бродячая собака (обычно злая или кусающаяся), прикованная к рым-болту*, *like a bad-tempered dog on a hot day* – *как злая/раздражительная собака в жаркий день*, *trying to bark while half strangled by a too-tight collar* – *пытается гавкать как придушенный слишком тугим ошейником*). Данные образы, повторяясь в разных рассказах Кинга, усиливают художественную выразительность, помогая глубже воспринять авторский замысел. Понятийными синонимами концепта *тюрьма* в рассказах Стивена Кинга являются такие лексемы: *тюремная камера*, *дом*, *отдельная комната*, *автомобиль*, *биотуалет*. Это происходит тогда, когда человек ощущает себя заточенным разными условиями, обстоятельствами, т.е. человек ощущает себя несвободным. Тогда концепт *тюрьма* расширяет свои рамки: появляются новые семы *могила* и *гроб*, то есть *тюрьма* – *могила*: «*He turned around and very slowly edged himself out of the little space between the wall and the bed, a space that now felt as narrow as a grave*» («*1408*»). Он обернулся и очень медленно осторожно выбрался из небольшого пространства между стеной и кроватью, которое теперь казалось таким же узким как могила. (Название произведения – *1408*).

Выводы. Ознакомившись с довольно большим количеством произведений Кинга, нельзя не отметить, что концепт *тюрьма* присутствует во многих рассказах писателя и пронизывает все уровни текста (композиционный, сюжетный, образный). Ядром концепта *тюрьма* являются семы первой группы. Другие значения находятся на периферии.

Список использованной литературы:

1. Лихачев Д.С. Концептосфера русского языка [Текст] / Д.С. Лихачев // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. – М.: Academia, 1997. – С. 280–287.
2. Степанов Ю.С. Константы. Словарь русской культуры: Опыт исследования [Текст] / Ю.С. Степанов. – М.: Языки русской культуры, 1997. – С. 40.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Кулешова Л.М.

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗАНИМАТЕЛЬНОГО МАТЕРИАЛА НА УРОКАХ ЯЗЫКА

Среди многих идей, направленных на совершенствование учебного процесса, одной из самых значимых является идея формирования и развития познавательного интереса учащихся. Эта идея служит поводом отыскания таких средств, которые привлекали бы к себе учеников, располагали бы их к совместной деятельности с учителем. Считается, что интерес выступает как мощный побудитель активности личности, под влиянием которого все психические процессы протекают особенно интенсивно, а деятельность становится увлекательной и продуктивной.

Анализируя различные позиции по вопросу занимательности (занимательность – помеха в обучении; занимательность – необходимый элемент, помогающий обучению), опираясь на изучение и обобщение системы учебной работы учителей и методистов, мы пришли к выводу, что занимательность – важное и в то же время достаточно острое средство обучения. Чтобы иметь определённый эффект от использования занимательности, необходимо, как указывает В.Н. Зубович, во-первых, правильное понимание занимательности как фактора, определённым образом влияющего на психические процессы, а во-вторых, предельно ясное осознание учителем цели ее использования в каждый данный момент, потому что назначение занимательности в учебном процессе может быть очень многообразным [2, 28].

Можно выделить такие цели использования занимательности на уроке:

– Занимательность может являться *первоначальным толчком познавательного интереса*, своеобразным трамплином к углубленной познавательной деятельности.

– Она может *служить опорой эмоциональной памяти, средством запоминания* особенно трудных разделов и тем учебных курсов.

– Иногда учитель удачно использует занимательность как своеобразную разрядку напряженной обстановки в классе, и тогда она *является средством переключения эмоций, внимания, мыслей*.

– В учебных коллективах с недостаточной работоспособностью занимательность используется с целью *повышения эмоционального тонуса учебной деятельности учащихся, мобилизации их внимания и волевых усилий*.

Таким образом, включая занимательность в русло формирования познавательных интересов, учитель приобщает её тем сторонам обучения, которые способствуют общему развитию учащихся. Изолируя занимательность от проблемы познавательных интересов, обособляя её от общего плана развития учащихся, делая занимательность лишь средством препарирования учебного материала, учитель игнорирует подлинные цели обучения, превращая его в развлекательное средство, когда учащийся начинает учиться лишь постольку, поскольку это учение занимательно.

В защиту занимательности говорит многое, она может быть использована в обучении, вопрос только в характере её использования и в чувстве меры, которым должен обладать каждый учитель.

Используя элементы занимательности, как средства привлечения интереса детей к предмету изучения, нужно переводить их с примитивной стадии ориентировки на более высокие ступени избирательного отношения к явлениям. Занимательность обучения должна быть только средством, подчинённым цели обучения и развития.

Методисты (В.Б. Маркина, В.Н. Зубович, С.М. Бондаренко, Л.А. Иванова), говоря о проблеме умелого и правильного подбора занимательного материала, выделяют такие положения, касающиеся занимательности обучения:

1. Вся занимательность обучения следует делить на "внешнюю" (не связанную с содержанием урока) и "внутреннюю", причем "внутренняя" занимательность предпочтительнее "внешней" и удельный вес её должен постепенно увеличиваться.

2. Все материалы занимательного характера разбиваются на три группы:

- материалы, занимательные по форме;
- материалы, занимательные по содержанию;
- материалы, занимательные и по форме и по содержанию.

3. Основу занимательности, используемой на уроках должны составлять задания, непосредственно связанные с программным материалом.

Под **методикой использования занимательных заданий** понимаются методы, средства и приемы подачи занимательных задач, занимательные формы организации обучения.

Учителя и методисты подчёркивают, что при использовании занимательных заданий необходимо помнить, что целесообразно их применять тогда, когда есть опасность:

- Неприятия учащимися какого-либо учебного задания,
- При прохождении сложных тем или при постановке трудных задач,
- При изучении материала, подлежащего прочному запоминанию,
- При выработке умений и навыков учащихся, когда требуется выполнить значительное количество однотипных упражнений.

Предпочтение следует отдавать занимательному материалу, отражающему существенные моменты изучаемого, а также, занимательным заданиям неоднократного использования.

Для каждого занимательного материала педагог должен выяснить: будет ли он занимательным для учащихся? Будет ли его использование эффективным?

Необычный учебный материал обладает некоторыми особенностями по сравнению с обычным.

Методическая ценность занимательных заданий в том, что ребёнку надо глубже вникать в сущность задания, выделять главные моменты, учитывать связь между компонентами. Благодаря этому учебный навык, на формирование которого направлено задание, вырабатывается быстрее, т. к. он связан с продуктивной деятельностью ребенка.

Еще одно достоинство многих занимательных задач заключается в том, что при их решении у учащихся возникает необходимость менять ход мыслей на обратный. Как известно, умение менять ход своей мысли на обратный – ценнейшее качество ума. Занимательные задания способствуют формированию гибкости ума, освобождению мышления от шаблонов [1, 18].

С помощью приемов занимательности создаются задания, которые могут служить мостиком от стандартных задач к нестандартным.

Известно, что учащимся с трудом дается решение нестандартных заданий. Причин этому много. Одна из них заключается в том, что переход от стандартных задач к нестандартным бывает резким. Необходимы переходные задания. Здесь на помощь учителю и ученикам и приходят занимательные задания.

Свобода при выполнении занимательных заданий важна и в методическом отношении. В некоторых случаях появляется возможность подготавливать учащихся к формированию умений и навыков. В других случаях свобода помогает освоению приёмов устной работы.

Таким образом, приёмы занимательности часто связаны с общими проблемами обучения: развитием приемов мышления, общих учебных умений и навыков.

Список использованной литературы:

1. Бондаренко С.М. Учите детей сравнивать / С.М. Бондаренко. – Москва: МОКБ-Марс, 1999. – 60 с.
2. Зубович В.Н. Занимательность обучения – важное средство развития познавательных интересов учащихся на уроке «Окружающий мир» // Начальное образование. – 2006. – №2. – С. 27–29.
3. Маркина В.Б. Занимательное чистописание // Начальная школа. – 2007. – №3. – С. 15–18.
4. По секрету ... (Веселые стихотворения, запоминалки, незнакомые фразеологизмы и удивительные пословицы для изучения русского языка). Учебное пособие / Составители: О.П.Барменкова, М.П.Василенко. – Черкассы: Изд-ль Чабаненко Ю.А., 2018. – 122 с.
5. Симонян Е.Р. Веселые стихи и рифмовки на уроках русского языка в начальной школе // Начальная школа + до и после. – 2007. – №3. – С. 51–52.

Науковий керівник: к. філол. н., доц. Барменкова О.П.

КОНЦЕПТОСФЕРА КАК СПОСОБ СТРУКТУРИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ ЗНАНИЙ

Впервые термин концептосфера ввел Д. С. Лихачёв. По его определению, концептосфера – это совокупность потенций, открываемых в словарном запасе отдельного человека, как и всего языка в целом, это совокупность концептов нации [9, с. 153, 162]. Он утверждает, что «между концептами существует связь, определяемая уровнем культуры человека, его принадлежностью к определенному сообществу людей, его индивидуальностью» [9, с.153]. Иначе говоря, культуру можно представить как совокупность концептов, причем в картине мира каждого человека соседствуют и даже вступают в определенное взаимодействие нескольких концептосфер: национально-культурно-языковая, профессиональная, семейная, индивидуальная и др. важно, что в мировоззрении любого конкретного человека на уникальность и неповторимость претендует именно индивидуальная концептосфера, хотя она неизбежно связана с общей национально-культурно-языковой концептосферой. То есть именно оперирование концептами и проникновение в индивидуально-авторскую концептосферу позволяет читателю и исследователю проникнуть в суть текста, существующий только как потенциал и могущий быть превращенным в действительный смысл [15].

Сам Д. С. Лихачёв писал, что «термин “концептосфера” вводится по типу терминов В. И. Вернадского: ноосфера, биосфера и пр. Понятие концептосфера особенно важно тем, что оно помогает понять, почему язык является не просто способом общения, но и неким концентратом культуры — культуры нации и её воплощении в разных слоях населения вплоть до отдельной личности» [9, с.164].

Рассуждения Д. С. Лихачева о «концептосфере» нуждаются, по нашему мнению, в уточнениях. Вот что пишет В. И. Вернадский о ноосфере и биосфере: «Научная мысль человечества работает только в биосфере и в ходе своего проявления в конец концов превращает ее в Ноосферу, геологически охватывает ее разумом [3, с.97]»; «Ноосфера есть новое геологическое явление на нашей планете. В ней впервые человек становится крупнейшей геологической силой [4, с.303]». Прохоров считает, что эти термины имеют «геологическую» характеристику: они всеобъемлющи для Земли – как «шара», и окружение шара есть «сфера». Причем биосфера и ноосфера имеют разную природу: первая есть данность, вторая — продукт определенной деятельности [17, с. 75].

По мнению Ю. Е. Прохорова, не слишком подходят для конструирования нового термина и современные словарные значения слова «сфера». Подтверждения этой мысли можно найти, представив основные дефиниции этого понятия. Так, например, Ушаков Д. Н. определяет сферу как «То же, что шар (мат.). 2. перен. Область, место, пределы, в которых существует, действует, развивается, применяется что-н.» [19]. Дефиниции сферы у Ефремовой и Ожегова практически совпадают: «1. Замкнутая поверхность, все точки которой равно удалены от центра. Поверхность и внутренне пространство шара. 2. Общественное окружение, среда. 3. Пределы распространения чего-либо» [5, с. 734; 12, с. 782]. С. А. Кузнецов, кроме вышеупомянутых определений, прибавляет ещё характеристику понятию: «1. Область физической и духовной жизни, деятельности; отрасль, направление. 2. Общественное окружение, среда, обстановка [2]». Прохоров Ю. Е. предполагает, что в той или иной степени к концептосфере приложимо её понимание как «общественного окружения, среды», однако в этом случае придется понимать её не как некоторую совокупность концептов, а «месторасположение» самого концепта [17, с. 75].

Однако, в гуманитарных исследованиях термин «сфера» уже настолько прижился, что является совершенно естественным. Это использование было подкреплено и авторитетом Ю. М. Лотмана, который до «концептосферы» – ввел в научный обиход термин «семиосфера»:

«...любой отдельный язык оказывается погруженным в некоторое семиотическое пространство, и только в силу взаимодействия с этим пространством он способен функционировать» [10, с. 165].

Нужно отметить, что некоторые исследователи предлагают вместо термина «концептосфера» термины «концептуальная структура» [1, с. 108], «концептуальная система» [13, с. 12], «концептуальная область» [18]. Самым интересным вариантом является понятие «концептуальной системы» Павилёниса, поскольку система предполагает наличие элементов, связей и отношений между этими элементами. При этом необходимо отметить, что концептуальная система в концепции Р. И. Павилениса имеет определённое внутреннее строение и включает следующие виды концептуальных структур: концептуальные структуры, возникающие на довербальном этапе, некоторые «первичные» концепты и концептуальные структуры, построенные посредством языка [14, с. 255]. По мнению Р. И. Павилениса, концептуальная система выступает как «система мнений и знаний о мире, отражающих познавательный опыт человека, притом как на доязыковом, так и на языковом уровне» [13, с.12] Сам термин «концептуальная структура» представляет собой «результат присвоения информации, встраивания ее в концептуальную систему индивида» [11, с.12].

А. А. Залевская с психолингвистических позиций определяет концептосферу как совокупность дискретных ментальных единиц, упорядоченных в сознании, представляющих собой информационную базу мышления [6, с. 43].

Н. А. Красавский утверждает, что концептосфера находит свое выражение в языке и речи человека. Звуки, слова, словосочетания, предложения или целые тексты актуализируются, т.е. выражают иногда целые концепты, однако чаще всего какую-то определенную сторону, определенные концептуальные признаки данной ментальной структуры [7, с. 185]. По мнению автора, ядро концептосферы образует обыденное концептуальное пространство, слои – художественное, научное концептуальные пространства и др. [7, с. 29].

Мы вслед за З. Д. Поповой и И. А. Стерниным придерживаемся мнения, что концептосфера – это «чисто мыслительная сфера, состоящая из концептов, существующих в виде мыслительных картинок, схем, понятий, фреймов, сценариев, гештальтов, абстрактных сущностей, обобщающих разнообразные признаки внешнего мира» [16, с. 23].

Обобщая все вышеизложенное, мы можем прийти к выводу, что сложность определения понятия «концептосферы» состоит в том, что само понятие «концепта» остается спорным. Так, исследователи очень часто включают в дефиницию концептосферы дефиниции концепта, из-за сложной и неоднородной природы концепта. Сам концепт представляет собой сферу, которая может включать знания, идеи, понятия, фреймы, гештальты, суждения и т.д. Так, Красных назвал концепт «базой данных» – определённым образом структурированной совокупности необходимо обязательных знаний [8, с.131], что наш взгляд является наиболее точным представлением этого понятия.

Если мы обратимся к помощи нашего образного мышления и проведём аналогии между концептом и предметами, реалиями нашей действительности, то сможем подытожить всё выше сказанное. Таким образом, представим, что концепт – это коробка конфет, которые дети получают на утренниках. Наполнение этих коробок будет сходным, но не обязательно одинаковым. Получая подарок, дети будут предполагать определенный тип наполнения коробки, безотносительно к наличию данных предметов внутри, таким образом часть предметов будет существовать в действительности, а часть в форме идей и образов. Наполнение же станет известным после открытия. Психологически конфеты будут восприниматься и как часть подарка, то есть отдельно, и как сам подарок, обобщенно.

С такой точки зрения, концептосфера – это партии подарков, которые будут отличаться внутренним содержанием в зависимости от национальности, возраста, страты, особенностей культуры.

Список использованной литературы:

1. Болотнова Н. С. О связи регулятивной и концептуальной структур поэтического текста / Н. С. Болотнова // Вестник ТГПУ. Серия: Гуманитарные науки (Филология). – 2006. – №5. – С. 108-113.
2. Большой толковый словарь русского языка [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://gramota.ru/slovari/dic/?word=%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B0&all=x>
3. Вернадский В. И. Научная мысль как планетарное явление / В. И. Вернадский. – М. : Наука, 1991. – 271 с.
4. Вернадский В. И. Несколько слов о ноосфере // Химическое строение биосферы земли и ее окружения / В. И. Вернадский. – М. : Наука, 1987. С. 298–305.
5. Ефремова Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-образовательный: в 2 т. / Т. Ф. Ефремова – М. : Русский язык, 2000. – Т. 2. – 2000. – 1209 с.
6. Зелевская А. А. Введение в психолингвистику / А. А. Зелевская. – М. : Российский государственный гуманитарный университет, 1999. – 382 с.
7. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской лингвокультурах / Н. А. Красавский. – Волгоград: Перемена, 2001. – 495 с.
8. Красных В. В. Когнитивная база vs культурное пространство в аспекте изучения языковой личности (к вопросу о русской концептосфере) / В. В. Красных. – М. : Филология, 1997. – №1. – С.128–144.
9. Лихачёв Д. С. Концептосфера русского языка / Д. С. Лихачёв // Очерки по философии художественного творчества. – СПб. : Питер, 2005. – С.147–165.
10. Лотман Ю. М. Внутри мыслящих миров: Человек – текст – семиосфера – история / Ю. М. Лотман. – М. : Языки русской культуры, 1999. – 464 с.
11. Лукашевич Е. В. Теория значения слова: эволюционно-прогностический аспект: диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук: спец. 10.02.19 / Е. В. Лукашевич. – М., 2003. – 341 с.
12. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., дополненное. – М. : Азбуковник, 1999. – 944 с.
13. Павилёнис Р. И. Проблема смысла: современный логико-философский анализ языка / Р. И. Павилёнис. – М. : Мысль, 1983. – 286 с.
14. Павилёнис Р. И. Язык, смысл, понимание // Язык. Наука. Философия. Логико-методологический и семиологический анализ. – Вильнюс : Ин-т философии, социологии и права АН Литовской ССР, 1986. – С. 240–263.
15. Понятие концептосферы в области лингвистики концепта [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5484950/page:2/>
16. Попова З. Д., Стернин, И. А. Очерки по когнитивной лингвистике / З. Д. Попова, И. А. Стернин – Воронеж: Истоки, 2001. – 192 с.
17. Прохоров Ю. Е. К проблеме «концепта» и «концептосферы» // Язык, сознание, коммуникация: сб. статей / Ю. Е. Прохоров. – М. : МАКС Пресс, 2005. – № 30. – С. 74–94.
18. Степанов Ю. С. Концепт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://philologos.narod.ru/concept/stepanov-concept.htm>
19. Толковый словарь Ушакова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=75657>

Научный руководитель: к. филол. н., доцент Корновенко Л.В.

Е.В. Ткаченко

Черкасський національний університет імені Богдана Хмельницького

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ЯЗЫКУ

В современной методической науке важным и актуальным является вопрос использования информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на занятиях по языку вообще и русскому языку в частности.

Новый словарь методических терминов и понятий дает такое определение **информационно-коммуникационных технологий**: "Совокупность методов, процессов и программно-технических средств, интегрированных с целью сбора, обработки, хранения, распространения, отображения и использования информации" [1, 90]. Информационно-коммуникационные технологии включают "различные программно-аппаратные средства и устройства, функционирующие на базе компьютерной техники, а также современные средства

и системы информационного обмена, обеспечивающие сбор, накопление, хранение, продуцирование и передачу информации" [1, 90]. А термин **информационные технологии** характеризует особенности применения информационных технологий в учебном процессе.

Из определения видно, что это понятие охватывает довольно широкий перечень методов и программно-технических средств.

Ученые и методисты утверждают (О.А. Блинова, Ф.О. Каспаринский, А.В. Соболева и др.), что необходимость использования информационно-коммуникационных технологий – это реалии нашей жизни. Нынешний урок будет более эффективным и интересным, если учитель использует современные педагогические технологии. Именно они способствуют и повышению интереса к предмету, и делают процесс обучения более запоминающимся и интересным, и расширяют возможности для творчества самих учащихся, и позволяют увеличить объем информации, которую необходимо сообщить на уроке, и активизировать познавательную деятельность учащихся.

На уроках русского языка к наиболее эффективным средствам использования ИКТ относят: **компьютер, мультимедийные учебные материалы, компьютерные учебные программы, компьютерный учебный курс**. Все эти средства имеют разный потенциал использования, что позволяет по-разному внедрять их в учебный процесс.

В учебном процессе **компьютер** наиболее часто используется для работы с обучающими программами, тренажерами, учебниками, справочниками и т. д.

Мультимедийные учебные материалы – совокупность медиаресурсов, связанных нелинейным сценарием воспроизведения с помощью соответствующих технических устройств [4, 170].

Мультимедийная презентация – это учебные материалы, подготовленные с помощью редактора мультимедийных презентаций Power Point. Используется для организации работы по определенной теме, привлечения внимания учащихся к лексико-грамматическому или страноведческому материалу. Состоит из набора кадров, которые сменяют друг друга в определенной последовательности [1, с. 149].

Среди мультимедийных средств обучения можно выделить следующие программы:

- Электронные наглядные пособия: "Сочини рассказ", "Расскажи о человеке", "Пейзаж в произведениях русских художников", "Виртуальные экскурсии" и др. [5].

- Компакт-диски с готовыми уроками по русскому языку для школьников (напр.: "Русский язык: мультимедиа курс" /авторы Егорова Е.Б., Иванов С.В., Грязнова А.Т., Издательство "Мультимедиа Технологии").

Электронный учебник может представлять собой как электронную версию печатного учебника, так и ресурс, не имеющий печатного прототипа, включающий видео иллюстрации, анимации, интерактивные задания и таблицы, практические задания с обратной связью. Электронный учебник непременно должен иметь: печатный текст; мультимедийную составляющую (это могут быть видео, анимация, звуковые файлы); разного рода упражнения, тесты; статистику выполненных заданий и упражнений; электронный словарь и справочники.

Электронный учебный курс представляет собой комплекс учебно-методических материалов, которые должны обеспечить учащемуся возможность самостоятельно, с помощью компьютера, освоить содержание учебного курса.

Обучающая программа – строится в соответствии с обучающим алгоритмом и содержит описание самого хода, процесса программированного обучения.

Электронные учебники требуют от учителя подбора нужного материала и источников, а обучающие программы созданы специалистами и содержат указания о дозировке частей учебного материала, последовательности их предъявления, порядке перехода от одной части к другой. Существуют программы-тренажеры, программы-книги, программы-уроки. Среди наиболее распространенных программ можно назвать такие:

- "Фраза" – электронный репетитор-тренажер, который предназначен для оттачивания русской орфографии и пунктуации. Приложение включает в себя более 4 тыс. заданий.

Матеріал розбит по класам і темам, підійде для підготовки к самостійним і контрольним роботам по одній темі.

- "Русский язык – Синтаксис и пунктуация" – в этой программе собраны все уроки по синтаксису и пунктуации школьной программы.

- Обучающий комплекс "Русская словарная лексика" – это курс, который состоит из 1200 тестовых заданий и 60 диктантов для оттачивания правописания и увеличения словарного запаса. Здесь представлены практически все сложные слова, правописание которых нужно запомнить за годы обучения в школе.

- "Русский язык – грамотей" – программа, которая включает в себя более 16 тысяч заданий по русскому языку. Кроме заданий в приложении представлены курсы для повторения правил и подсказки.

Таким образом, для современного учителя открываются большие возможности при использовании информационно-коммуникационных технологий. Безусловно, они не заменят учителя на уроке, но позволят сделать процесс обучения более интересным, разнообразным, продуктивным; задействовать разные виды памяти у учащихся; сделать быстрой обратную связь учителя с учащимся; расширят возможности учащихся в использовании различных программ, позволяющих представить собственные достижения и др.

Список использованной литературы:

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). – М.: Издательство ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Бабич И. Н. Новые образовательные технологии в век информации. Материалы XIV Международной конференции Применение новых технологий в образовании. – 2003. – С.68–70.
3. Блинова О.А. Мультимедийные учебные материалы: проблемы и поиски решений / Филологические науки. Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2017. – Ч. 1. – № 12. – С. 199–202.
4. Каспаринский Ф. О. Мультимедийные интерактивные ресурсы в образовательном процессе: реалии и перспективы развития // Биологическое образование и общество знаний: материалы всероссийской конференции (г. Брянск, 22–24 ноября 2006 года). – М. : МАКС Пресс, 2007. – С. 166–182.
5. Окунева Н. Ф. Использование ИКТ на уроках русского языка и литературы // Школьная педагогика. – 2015. – №2. – С. 30–32. Электронный ресурс. – Режим доступа: <https://moluch.ru/th/2/archive/8/178/>

Науковий керівник: к. пед. н., доцент Василенко М.П

Д. В. Шишківська

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МОВЛЕННЕВА МАНІПУЛЯЦІЯ ЯК ПРЕДМЕТ СУЧАСНИХ МОВОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В сучасному світі мовленнєва маніпуляція зустрічається в усіх соціально значимих сферах життєдіяльності окремого індивіда й суспільства в цілому. Варто зазначити, що мовленнєвий вплив має досить широкий спектр сфер використання: від побутового життя до політичного. Головним завданням мовленнєвого впливу є змусити людину чи суспільство виконати певну дію чи сукупність дій або прийняти необхідне рішення.

Мовленнєвий вплив у широкому значенні – це будь-яка мовленнєва комунікація, взята в аспекті її цільової обумовленості, це вербальне спілкування, описане з позиції одного з комунікантів, коли він розглядає себе як суб'єкт впливу, а свого співрозмовника – як об'єкт [2, с. 31]. Під мовленнєвою маніпуляцією розуміють вид мовленнєвого впливу, який використовується для прихованого впровадження в психіку адресата цілей, бажань, намірів, відносин або установок, що не збігаються з тими, які є у адресата в даний момент [1, с. 54].

Мова, як відомо, складається з трьох основних рівнів: фонологічного, синтаксичного й семантичного. Маніпулювання, починаючись на фонологічному рівні, сягає свого апогею на рівні семантичному, оскільки саме він є найбільш «нестабільним» мовним рівнем, адже, за словами К. Зорніга, значення слова постійно змінюється [1, с.113].

Однією з умов успішної маніпуляції є її непомітність, коли реципієнт «вірить, що все, що відбувається, є природним та неминучим» [3, с.11]. У нагоді тут можуть стати евфемізми, які, на думку Ю. С. Басковою, мають високий маніпулятивний потенціал за рахунок непомітності для реципієнта, оскільки в сучасному інформаційному потоці їх важко виокремити з контексту та ідентифікувати табуований денотат, прихований за евфемізмом [4].

Серед інших лексичних засобів, що активно застосовуються задля маніпулятивного впливу, можна зазначити полісеманти, омоніми, оказіоналізми, та деякі інші [2, с.15].

За допомогою правильно дібраних синтаксичних засобів можна актуалізувати в свідомості реципієнта думки, що потрібні і є важливими для адресанта. Такими засобами є питальні речення у функції розповідних, риторичні питання тощо. Усі вони створюють видимість діалогічного спілкування та ілюзійне «право вибору», адже відбувається, так би мовити, спільне міркування над питанням. Експресивність адресанта може реалізувати за рахунок синтаксичних повторів і парцельованих конструкцій. Вони акцентують увагу реципієнта на важливих смислових моментах. Складні синтаксичні структури можуть дезорієнтувати реципієнта у потоці інформації і зробити його більш піддатливим до сприйняття «необхідної» для адресанта думки [1, с. 22].

Мовленнєва маніпуляція базується на здатності мови не лише описати ситуацію, а й сформулювати ситуацію. Якщо використати інші назви для вже відомих явищ, то та сама ситуація сприйматиметься по-іншому. Серед поширених мовленнєвих маніпулятивних технік науковці виокремлюють такі: підміна понять, порівняння на користь маніпулятора, переосмислення, імплантована оцінка, мовне скріплення, імплікатури, помилковий вибір, риторичне питання, двозначність, заміщення суб'єкта, підміна нейтральних понять емоційно-оцінними кореляційними одиницями, парадоксальна комунікація, помилкова аналогія, уникнення заперечних часток «ні» і «не», використання прийомів сугестії в мовній маніпуляції. Маніпулятивні можливості мови надзвичайно багаті [3, с. 12].

Перспективними напрямками дослідження вчені вважають з'ясування залежності вибору адресантом мовних засобів маніпуляції від каналів інформації, аналіз мовних засобів маніпуляції в діахронічному аспекті, виявлення універсальних та специфічних засобів мовленнєвої маніпуляції для різних мов.

Список використаної літератури:

1. Баскова Ю. С. Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ: на материале русского и английского языков: дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 / Ю.С. Баскова. – Краснодар, 2006. - 162 с.
2. Катенева И. Г. Механизмы и языковые средства манипуляции в текстах СМИ: дис. ... кандидата филол. наук : 10.02.01 / И.Г. Катенева. Новосибирск, 2010. –250 с.
3. Косенко О. П. Коментабельні конструкції в сучасній англійській мові: автореф. ... кандидата філол. наук : 10.02.04 / О. П. Косенко. Донецьк, 2007. - 19 с.
4. Мовні засоби маніпуляції в сучасних ЗМІ. Електронний ресурс. Режим доступу : <http://www.confcontact.com/20111118/movni-zasoby-manipulyacii-v-suchasnih-zmi.php>

Науковий керівник: викладач кафедри німецької філології Ришкова А. В.

ПЕРЕКЛАД

МЕТОНІМІЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ ДЖОНА ФАУЛЗА «КОЛЕКЦІОНЕР»

Метою нашої розвідки є аналіз метонімічних трансформацій, зокрема гіпонімічних, гіперонімічних, еквонімічних, партонімічних та холонімічних в українському перекладі роману Джона Фаулза «Колекціонер» (перекладач Г. Яновська).

Ці типи трансформацій у перекладознавстві виокремлюють О. Швейцер, В. Віноградов, О. Селіванова й інші. Так, О. Швейцер розрізняє гіпонімічні, гіперонімічні, інтергіпонімічні, метонімічні, синекдохічні трансформації [3, с. 129]. Професор О. Селіванова метонімічні заміни, які можна диференціювати залежно від статусу суміжних предметів, явищ, понять, відносить до формально-змістових трансформацій денотативного плану. О. Селіванова виокремлює партонімічні, холонімічні, парто-партонімічні, гіперонімічні, гіпонімічні, еквонімічні трансформації [2, с. 462].

В українському перекладі роману Джона Фаулза «Колекціонер» використано гіперонімічні трансформації, які полягають у заміні видового поняття родовим. Наприклад:

*When she was home from her **boarding-school** // Коли вона поверталася зі **школи** на канікули.*

Джон Фаулз використовує композит *boarding-school* (школа-інтернат), який у перекладі замінено узагальненою лексичною одиницею *школа*.

Під час перекладу назв музеїв, театрів, будівель також використовують гіперонімічні трансформації:

*I'm sorry my aunt said that at **Kenwood** // Мені незручно за мою тітку, що вона так сказала в **музеї**.*

Власну назву *Kenwood* – «a large 18th-century house in Hampstead, north-west London, England, designed partly by Robert Adam. It is open to the public and is known for its fine collection of pictures and its large park, where outdoor concerts are held» [5] – замінено родовою назвою *музей*. Як бачимо, перекладачеві слід бути добре обізнаним з культурою країни, мовою якої написаний оригінал.

*As if I'd told him to swim **the Atlantic** // Так, наче я сказала йому перепливти **океан**.*

Український перекладач використав гіперонімічну трансформацію: конкретну (видову) назву океану *the Atlantic* (Атлантичний океан) замінив загальною (родовою) *океан*.

Також в українському перекладі роману «Колекціонер» трапляються гіпонімічні трансформації – заміни родового поняття видовим:

*She did several more **drawings** of me which were quite good // Вона ще зробила кілька моїх **портретів**, дуже непоганих.*

Перекладач замінює англійську лексему *drawings* – «A picture or diagram made with a pencil, pen, or crayon rather than paint» [5] українським іменником *портрети* – «Мальоване, скульптурне або фотографічне зображення обличчя людини або групи людей» [4, т. 8, с. 290], що має вужче значення, вказує на конкретний вид малюнка.

У наступному фрагменті перекладач також застосовує конкретизацію або звуження:

*I sat on a **stool** at the counter where I could watch // Я всівся на **табурет** коло шинквасу, щоб мати добрий спостережний пункт.*

Англійську лексему *stool* (стілець) – «A seat without a back or arms, typically resting on three or four legs or on a single pedestal» [5] – Г. Яновська переклала словом *табурет* – «Стілець без спинки з квадратним або круглим твердим сидінням» [4, т. 10, с. 11]. Проте, зважаючи на контекст, використання трансформації у цьому випадку недоречне.

Г. Яновська застосовує у перекладі роману Джона Фаулза «Колекціонер» заміну одного гіпоніма іншим гіпонімом того самого класу – такі трансформації О. Селіванова називає еквонімічними, О. Швейцер – інтергіпонімічними:

She just stretched her legs along the sofa // ...і ноги поклатла на кушетку.

Sofa перекладено іменником *кушетка* – «Невеличкий диван з узголів'ям, але без спинки» [4, т. 4, с. 425], хоча в українській мові є прямий відповідник *sofa* – «М'який широкий диван з поручнями і низькою спинкою» [4, т. 9, с. 473]. *Sofa* і *кушетка* – два гіпоніми (різновиди дивану – «Роду великих м'яких меблів для сидіння і лежання») [4, т. 2, с. 270]. Зауважимо, що традиційно англійське *sofa* перекладається українською родовою назвою *диван*.

Доволі поширеним різновидом метонімічних заміни є партонімічні трансформації (за О. Швейцером, синекдохічні) – заміни назви цілого назвою його частини:

Hands too big // Долони, як лопати.

Г. Яновська зосередила свою увагу на назві частини, зробивши звучання перекладу звичним для українських реципієнтів: англійському слову *hand*, що позначає всю кисть руки, в українському перекладі відповідає *долоня* – назва частини руки – «Внутрішній бік кисті руки» [4, т. 2, с. 360].

Наведемо ще один приклад партонімічної трансформації:

Was she was kissing me at the mouth // Вона мене вже цілує, та прямо в губи.

Англійське слово *mouth* (рот) перекладено лексемою *губи* – «Кожна з двох шкірно-м'язових рухомих складок, що утворюють краї рота у людей і тварин» [4, т. 2 с. 185].

У перекладі використано холонімічну заміну, яка полягає у заміні назви частини назвою цілого:

And I must have some more hot water to wash my hair // І мені потрібно побільше гарячої води, вимити голову.

Англійська лексема *hair* (волосся) – «Any of the fine threadlike strands growing from the skin of humans, mammals, and some other animals» [5] – замінена українською лексемою *голова* – «Частина тіла людини або тварини, в якій міститься мозок – вищий відділ центральної нервової системи» [4, т. 2 с. 109].

Таким чином, для збереження найоптимальнішого балансу денотативної, конотативної та прагматичної інформації текстів оригіналу й українського перекладу роману Джона Фаулза «Колекціонер» перекладач Г. Яновська досить вдало використала гіпонімічні, гіперонімічні, еквонімічні, партонімічні та холонімічні трансформації у перекладі.

Список використаної літератури:

1. Литвин І. М. Перекладознавство. Навчальний посібник / І. М. Литвин. – Вид. 5-е, допов. – Черкаси : Ю. А. Чабаненко, 2018. – 240 с.
2. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке / О. О. Селіванова. – Черкаси : Ю. А. Чабаненко, 2012. – 488 с.
3. Швейцер А. Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1988. – 216 с.
4. Словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sum.in.ua>
5. Oxford Dictionary of English [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oxforddictionaries.com/>

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Литвин І. М.

А. І. Вербовський

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СИНСЕМАНТИЧНИЙ ОБРАЗ ТА ЙОГО ПЕРЕКЛАД

Віршовий твір, як макрообраз, формується на багатьох рівнях. Кожний окремий образ може формуватися на одному або кількох рівнях. Утворену на всіх релевантних рівнях систему образів можна розділити на автосемантичні образи і синсемантичні образи. До перших належать образи, зміст яких закладений в їх автономному вжитку. Це передусім внутрішньомовні образи. Повнозначні слова є носіями автосемантичних образів. До другої групи належать образи із супутнім значенням, тобто значенням, якого вони набувають у поетичній оповіді. Це зовнішньомовні образи – ритміко-інтонаційний, римовий,

архітектонічний тощо. Призначення синсемантичних образів полягає у найповнішому розкритті, автосемантичних образів, які створюють ідейно-змістове тло твору.

Еквівалентність синсемантичних образів у перекладі малорозроблена, і її встановлення на практиці здійснюється, як правило, емпірично й не завжди вірно. Це пояснюється нерозробленістю порівняльного віршознавства, а також традиційним нехтуванням елементами форми.

Серед проблем відтворення синсемантичних образів знаходиться проблема передачі ритміко-інтонаційної своєрідності оригіналу в перекладі.

Зазвичай один і той самий стереотипний ритм, заданий одним перекладачем, продовжує тяжіти над наступними перекладачами. Лише неупередженість теорії може порушити інерцію початкового сприйняття. Ось конкретний приклад: мініатюра «Томасу Муру», написана Байроном, коли поет змушений був назавжди залишити Англію. Вірш просякнутий мотивами відчаю, розчарувань, печалі. Поет назавжди збереже пам'ять про своїх щирих друзів, ворогів же він згадає з презирливою посмішкою. І яка б доля йому не випала, він все перенесе мужньо, залишаючись вірним своїм переконанням [1, 45]. Інтонація, 3-х стопний ямбічний розмір, різноскладовість віршових рядків надають творові мінорної тональності. Водночас щирість і невибагливість тону, серйозного і водночас жартівливого, ніби підтверджуються метричною свободою, перепадами ритму (зокрема від першої строфи до другої), що надає усьому творові розмовної невимушеної інтонації [2, 135].

Ось рядки оригіналу: *...My boat is on the shore // And my bark is on the sea; // But before I go, Tom Moore, // Here's a double health to thee!* [3, 14]

На інтонації вірша позначився не лише його розмір, а й композиційний паралелізм синтаксичних структур, які логічно пов'язані сурядними сполучниками: *...My boat is on the shore // And my bark is on the sea... // Here's a sigh to those who love me, And a smile to those who hate.* [Там само]

Лексика вірша також є показовою. Більшість слів поезії іменного характеру, що заважає бурхливій динаміці звучання твору. Для порівняння візьмімо три варіанти перекладу. Це переклади Б. Томашевського, М. Литвинця і Д. Паламарчука:

Лодка встала у причала, // И на рейде ждет фрегат ... // Но поднят бокал сначала // За тебя, мой Том, я рад. [4]

Шлюпка жде і небо хмури, // Скоро в море кораблю; // На розлуку, славний Муре, // Я за тебе вдруге п'ю! [5, 187]

Скоро в море невідоме // Понесе мене фрегат, // Але спершу, милий Томе, // Я за тебе випить рад! [6, 149].

Усі перекладачі використовують однаковий розмір – 4-стопний хорей. Однак не варто робити висновків, що це адекватний оригіналові розмір. Достовірним видається твердження, що ритміко-інтонаційний образ російського перекладу так міцно закріпився у свідомості українських перекладачів, що роблячи власні переклади, вони повторювали цей ритміко-інтонаційний образ. Перекладачі опинилися в полоні форми оригіналу і намагалися втиснути ідею у задану метричну форму. Такий метричний формалізм спричинив певні втрати на інтонаційному рівні.

Ритміко-інтонаційна репрезентація змісту – це своєрідний пульс твору. Тому в перекладі має відчуватися биття пульсу оригіналу. Твори Байрона на суспільно-політичну тематику надзвичайно різноманітні за ритміко-інтонаційною манерою оповіді. Вони відзначаються поліфонізмом, глибокою ритмічною емоційністю. Цікаво з цього боку подивитися на українські переклади «Пісні для луддитів». Твір написано 3-стопним анапестом, який місцями порушується поєднанням ямбу з пірихієм. До середини кожної строфи кількість складів скорочується з постійним зростанням до кінця. Така будова надає віршеві нерівномірного ритміко-інтонаційного малюнка – ритмічні переходи від стриманого до енергійного, чіткого, стрімкого звучання, створюючи картини майбутніх боїв.

Така багатоплановість в організації вірша становить великі перешкоди для перекладача. Ось перша строфа оригіналу та українських перекладів Ю. Корецького, О. Мокровольського і В. Мисика:

As the Liberty lads o'er the sea // Bought their freedom, and cheaply, with blood, // So we, boys, we // Will die fighting, or live free, // And down with all kings but King Ludd! [3, 88]

Як за морем у вільнім краю // Кровю волю купив собі люд, // Так обрали ми долю свою: // Жити вільно чи вмерти в бою, // Геть царів, хай живе славний Лудд! [7, 52]

Та й дешево ж хлопці за морем собі // Волю купили – за кров! От би чуда // Такого мені й тобі! // Волю здобути чи смерть в боротьбі, // І згиньте, всі королі, крім Лудда! [8, 79-80]

На тім березі браття сами // Розтроцили – і легко – всі пуга! // Так і ми, хлопці, ми // Вмімо, а вирвімося – з тюрми – // І геть королів, опріч Лудда! [7, 266]

Нескладно визначити, що в першому перекладі багато втрачено у ритміко-інтонаційному малюнку. «Пісню для луддитів» перекладено чистим анапестом, у кожному рядку по дев'ять складів. Замість відчутної в оригіналі стрімкості, замість пориву слів і закликів перекладач передає спокійний правильно витриманий ритм. Хоча в лексичі він трохи виправляється.

Переклад О. Мокровольського більш вдалий. Завдяки трьом окличним реченням, переносу, а також скороченню кількості складів до середини строфи, перекладач зміг лише натякнути читачеві на нерівномірність оригінальної інтонації і ритміки. Найбільш вдалий переклад В. Мисика. Він максимально витриманий у ритміко-інтонаційних параметрах оригіналу. Перекладач майстерно досягає відповідних оригіналу акцентів. В. Мисик передає ритміко-інтонаційну своєрідність оригіналу майже тими ж засобами: шляхом зменшення / збільшення кількості складів у рядках, місцями шляхом відступу від чистого анапесту, а іноді й синтаксичною побудовою фрази (*Розтроцили – і легко – всі пуга!*). Розподіл кількості складів у рядках першої строфи перекладу майже наближається до кількості рядків оригіналу. Можна говорити про те, що перекладачеві вдалося максимально досягти принципу еквілінеарності.

Отже, в поетичному перекладі, поряд із відтворенням специфічних рис оригіналу, необхідно відобразити його ритміко-інтонаційну своєрідність, що сприяє повнішому розкриттю змісту, а також підсилює ідейне звучання оригінального твору. Відтворення ритміко-інтонаційної специфіки оригіналу як складової його синсемантичного образу є невід'ємною частиною адекватного перекладу. Еквіритмія досягається або шляхом використання аналогічних номінативно еквівалентних засобів, або відмінних, проте функціонально еквівалентних засобів. Встановлення еквівалентності на ритміко-інтонаційному, у тому числі метричному рівні, здійснюється у співвідношенні й узгодженні із єдністю змісту та форми усього твору.

Список використаної літератури:

1. Клименко Е. И. Байрон. Язык и стиль / Клименко Е. И. – М. : Искусство, 2003. – 110 с.
2. Дьяконова Н. Я. Лирическая поэзия Байрона / Дьяконова Н. Я. – М. : Наука, 2001. – 167 с.
3. The Poetical Works of Lord Byron. – London : Oxford University Press, 2010. – 708 p.
4. Байрон Дж. Томасу Муру [Електронний ресурс] / Джордж Байрон [пер. с англ. Б. Томашевский] – Режим доступа : <http://www.stihi-xix-xx-vekov.ru/bayron91.html>
5. Байрон Дж. Томасу Муру / Джордж Байрон [пер. з англ. М. Литвинець]. – Всесвіт. – 2006. – № 7. – С. 187.
6. Байрон Дж. Томасу Муру / Джордж Байрон [пер. з англ. Д. Паламарчук]. – Всесвіт. – 2002. – № 4. – С. 149.
7. Корецький Ю. Вибране / Юрій Корецький. – Харків : Прапор, 1996. – 115 с.
8. Співець. Зі світової поезії кінця VIII – першої половини XIX ст. Збірка. – К. : Веселка, 1989. – 253 с.
9. Мисик В. Вибране / Василь Мисик. – К. : Дніпро, 1989. – 517 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Кикоть В. М.

СПЕЦИФІКА НАУКОВОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ НАУКОВО-ФАНТАСТИЧНОГО СЕРІАЛУ “THE BIG BANG THEORY”

За останні декілька десятиріч технічні галузі зазнали кардинальних змін у зв'язку із запровадженням нових революційних технологій, і сьогодні науково-технічний прогрес сприяє її подальшому розвитку. Термінологія утворює особливий лексичний прошарок, який постійно змінюється, удосконалюється та слугує засобом спілкування фахівців. Науково-технічна революція – одне з найважливіших явищ сучасності, яке вносить істотні зміни в лінгвістичну модель світу. Науково-технічна термінологія – це широкий прошарок лексики, що інтенсивно розвивається та активно взаємодіє з іншими прошарками лексики [1]. Проблемами нормалізації та стандартизації термінології, інтенсифікації перекладацької діяльності, оптимізації навчання перекладу науково-технічної літератури займаються такі провідні фахівці, як Білодід О., Дяков А. С., Кияк Т. Р., Квитко І. С., Куделько З. Б., Нікітіна Ф.О. та ін.

Аналіз наукової термінології особливо важливий у перекладі науково-фантастичного серіалу “The Big Bang Theory”, адже діалоги головних героїв переповнені лексемами наукового стилю, їхній переклад повинен допомогти читачеві краще зрозуміти текст, а отже, адекватно його сприйняти. Водночас некоректне трактування наукової інформації може спотворити сприйняття і розуміння тексту.

Метою нашого дослідження є аналіз наукової термінології в американському серіалі “The Big Bang Theory”.

Основою для нашого аналізу стала нова класифікація перекладацьких трансформацій, запропонована О. О. Селівановою. Дослідниця пропонує поділ перетворень на формальні та формально-змістові, кожен з яких представлений одиницями різних рівнів мови [2].

“The Big Bang Theory” – американський серіал, створений Чаком Лоррі і Біллом Предді. Серіал розповідає про життя двох молодих талановитих фізиків, Леонарда та Шелдона. Це серіал у жанрі наукової фантастики із включенням дотепних діалогів, які перевантажені науковою лексикою для створення ефекту комічності.

Зокрема, математична термінологія відіграє важливу роль упродовж усього серіалу: *What if she winds up with a toddler who doesn't know if he should use an integral or a differential to solve the area under a curve? // А що раптом у неї буде малюк, який не знає, що застосувати: інтеграл чи диференціал під час розрахунку площі під кривою?* Терміни *integral*, “a function of which a given function is the derivative, i.e. which yields that function when differentiated, and which may express the area under the curve of a graph of the function” [4] і *differential*, “a sum of products in which each product consists of a partial derivative of a given function of several variables multiplied by the corresponding increment and which contains as many products as there are independent variables in the function” [4], перекладені як *інтеграл*, «ціла величина як сума своїх нескінченно малих частин; рівняння, що зв'язує незалежну змінну і шукану функцію, називають інтегралом диференціального рівняння» [3] та *диференціал*, «довільний приріст незалежної змінної величини; диференціал функції кількох змінних дорівнює сумі її частинних диференціалів» [3]. Вказане перетворення можна визначити як формальну трансформацію фонетичного рівня, а саме фонетичну заміну за традицією.

Головним засобом комічності в досліджуваному серіалі є використання біологічної термінології, а саме назв ліків, хвороб або фізіологічних процесів. Герої телесеріалу використовують наукову термінологію в побутових ситуаціях, що і викликає сміх. Розглянемо перший приклад: ... *In the winter, that seat is close enough to the radiator to remain warm, and yet not so close as to cause perspiration // Взимку завдяки батареї тут достатньо тепло, щоб не замерзнути але і не упріти.* Англійський термін *perspiration*, “a clear liquid passed through the skin” [4], перекладено лексемою розмовного стилю *упріти* «пітніти, покриватися потом» [3].

Також: ... *Everyone keep an eye on Howard in case he starts to swell up. Since it's not bee season, you can have my epinephrine* // *Не зводьте очей з Говарда, якщо він почне розбухати. Так як зараз не сезон бджіл, візьміть мій адреналін.* Термін *epinephrine*, “a hormone that is made naturally in the body and may be given as a drug” [4], в українському перекладі замінено його часто вживаним синонімом – *адреналін*, «*виділювана наднирковими залозами або одержувана синтетичним способом речовина, що є лікувальним засобом*» [3]. Такі прагматичні перетворення можна пояснити бажанням перекладачів серіалу зробити мову героїв більш зрозумілою для аудиторії, адже саме термін «адреналін» в українській мові зустрічається частіше.

Розглянемо наступний приклад використання медичної наукової термінології: *And that's probably just a sinus infection. But it could be sleep apnea* // *Можливо, це лише синусит. Але це може бути і синдром апное.* Назва захворювання *a sinus infection*, “inflammation of the air cavities within the passages of the nose” [4], в українському перекладі замінена більш спеціалізованою лексемою – *синусит*, «*гостре запалення придаткових пазух носа*». У перекладі наступного терміну *sleep apnea*, “a potentially serious sleep disorder in which breathing repeatedly stops and starts” [4], можемо визначити таку формально-змістову трансформацію на лексичному рівні як гіперонімічну заміну, або генералізацію, заміну назви видового поняття назвою родового. Український відповідник *синдром апное*, «*тимчасове припинення дихальних рухів, зумовлене гальмуванням дихального центра, розташованого в довгастому мозку, найчастіше — внаслідок посиленої вентиляції легень (після посиленого довільного або штучного дихання)*» [3], є загальною назвою захворювання, а в оригіналі мова йде про різновид синдрому апное, а саме апное під час сну.

Особливу увагу в серіалі відведено термінології для позначення статевого акту, яка в українському перекладі не втрачає свою приналежність до наукового реєстру: *coitus*, “physical union of male and female genitalia accompanied by rhythmic movements” [4], – *коїтус*, «*генітальний контакт двох особин*» [3]. Застосована формальна трансформація є фонетичною заміною за традицією.

Отже, дослідження перекладу наукової термінології у серіалі “The Big Bang Theory” дає нам можливість зробити висновок, що перекладачі максимально точно намагались зберегти конотативний зміст оригіналу і підібрати точні термінологічні відповідники наукової лексики оригіналу, хоча іноді і застосовували різноманітні трансформації.

Список використаної літератури:

- 1.Корунець І. В. Теорія та практика перекладу (аспектний переклад) : Підручник / І. В. Корунець. – Вінниця: Нова кн., 2001. – 466 с.
- 2.Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. Монографічне видання / О. О. Селіванова. – Черкаси : Ю. Чабаненко, 2012. – 488 с.
- 3.Академічний тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <http://sum.in.ua>.
- 4.Oxford Dictionaries [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://en.oxforddictionaries.com>

Науковий керівник: д. філол. н., ст.викл. П'єцух О. І.

А. І. Демченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОНОТАТИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ «THE CHRONICLES OF NARNIA: THE LION, THE WITCH AND THE WARDROBE» К. С. ЛЬЮЇСА

Метою нашого дослідження є аналіз конотативних трансформацій в українському перекладі роману «The Chronicles of Narnia: The Lion, The Witch and The Wardrobe» К.С. Льюїса.

За визначенням О. О. Селіванової, перекладацька трансформація – «це перетворення, модифікація форми, або змісту і форми, зокрема, з метою збереження відповідності комунікативного впливу на адресатів оригіналу й перекладного тексту» [1, с. 456].

Особливе значення перекладацькі трансформації мають у художньому перекладі. В. В. Коптілов визначає художній переклад як «відображення думок і почуттів автора прозового, драматичного або поетичного першотвору за допомогою іншої мови, перевтілення його образів у матеріал іншої мови», як «явище насамперед естетичне», тобто переклад має впливати на розум і почуття читача так само, як і оригінал [2, с. 3].

Оскільки художній переклад є одним із найскладніших видів перекладацької діяльності, він супроводжується багатьма труднощами, наприклад, такими як збереження загального контекстуального тла оригіналу, його образності і концепту твору, його стилістичних особливостей.

Завданням художнього перекладу є також збереження специфіки ідіостилю автора. Ідіостиль К. С. Льюїса відзначається простотою й легкістю викладу, захоплюючою інтригою, символічністю образів і ситуацій, різними формами міфологізації та значною кількістю біблійних алюзій. Важливу роль у формуванні жанрового змісту й стилю творів письменника відіграє також інтертекстуальність. Сюжетно-композиційними особливостями твору К. С. Льюїса є видобудовування «вторинних світів». Не менш цікавими в стилі письменника є образи вигаданих істот. В основі подібних образів лежить фантазія автора і каламбур, який складає особливу проблему для перекладу.

Ознакою українського перекладу роману «The Chronicles of Narnia: The Lion, The Witch and The Wardrobe» К. С. Льюїса є суттєва зміна конотативного плану оригіналу, тобто застосування функційно-стилістичних, оцінно-емотивних та експресивних трансформацій.

Функційно-стилістичні представлені заміною, втратою або виникненням в перекладному тексті функційно-стилістичного забарвлення мовних одиниць [1, с. 456].

Наприклад, в українському перекладі роману «The Chronicles of Narnia: The Lion, The Witch and The Wardrobe» К. С. Льюїса частотними є трансформації зі зміною нейтрального стилю на розмовно-побутовий: *What on earth are you **talking** about, Lucy? // Про що ти **торочиш**, Люсі?* Нейтральному слову оригіналу *talk* – «speak in order to give information or express ideas or feelings; converse or communicate by spoken words» [Oxford English Dictionary], відповідає в перекладі розмовно-побутова лексема фамільярного реєстру *торочити* – «говорити нісенітниці, вести несерйозну, пусту розмову; базікати» [СУМ, т. 10, с. 208].

Функційно-стилістична заміна наявна і в наступному перекладі фрагмента: *And really it was a wonderful **tea** // Ох, яка це була **щедра гостина!*** Слово *tea* в тексті оригіналу вжито з нейтральним змістом, а в українському перекладі воно замінене словом *гостина* – «перебування в гостях; гостювання», віднесеним до поетичного стилю. Слід зазначити, що у цьому перекладі фрагмента також прослідковується гіперонімічна трансформація денотативного плану, адже значення лексеми *гостина* ширше, ніж значення лексеми *tea*.

Оцінно-емотивні трансформації орієнтовані на заміну, втрату або виникнення в перекладі оцінного чи емотивного компонента мовних одиниць. Найчастіше це відбувається за допомогою пестливих суфіксів, які надають словам емоційного забарвлення.

Використання пестливих суфіксів спостерігаємо в українському перекладі фрагмента: *She shut the wardrobe **door** tightly behind her and looked around, panting for breath // Дівчинка **щільно** причинила за собою **дверцятка** й озирнулась довкола, відсапуючись.* Нейтральний іменник *door* в перекладі набуває оцінно-емотивного значення, створеного за рахунок зменшувально-пестливих суфіксів *-ят-* і *-к-*, які вносять до тексту пестливі відтінки й особливу виразність.

Ілюструє цей тип трансформацій і наступний переклад фрагмента: *It can't hurt me", and he raised his leg to step over it. Instantly the huge creature rose, with all the hair bristling along its back, **opened** a great, **red mouth** and said in a growling voice // Вона не завдасть мені шкоди, — і вже заніс було ногу, аби переступити через вовка, та здоровенний звір **раптом** скочив на ноги, погрозливо вигнув спину, **роззявив** велику **червону пащеку** і прогарчав.*

Нейтральне слово *mouth* – «the opening through which an animal takes in food, corresponding to the human mouth» [Oxford English Dictionary], замінене метафоричним українським відповідником зі зневажливим відтінком *пащека* (паша – «рот звіра, риби» [СУМ, т. 6, с. 105]). У перекладі лексема супроводжується негативною оцінкою для більш виразної передачі образу героя та для надання йому негативною оцінки.

Експресивні конотативні трансформації в перекладі передбачають посилення чи применшення ознаки лексем оригіналу: *Oh, Mr Tumtus — I'm so sorry to stop you, and I do love that tune — but really, I must go home* // *О пане Тамнасе, страшенно шкода Вас перебувати, бо мені так подобається ця мелодія, але справді, я мушу йти додому*. Як еквівалент словосполучення *so sorry* (дослівно *дуже шкода*) перекладач використовує експресивну, посилювальну сполучку *страшенно шкода; страшенно* – «у великій мірі, надто» [СУМ, т. 9, с. 759]. До того ж особливу виразність надає метафоричний прислівник у значенні «дуже».

Навпаки, применшення ознаки за допомогою суфікса *-ісіньк-* наявне в перекладі наступного фрагмента: *While he was Prince he would wear a gold crown and eat Turkish Delight all day long* // *Принц носитиме золоту корону і їстиме рахат-лукум цілісінський день*. Сполучка *all day long* перекладена як *цілісінський день*, де суфікс підкреслює тривалість дії в ситуації і створює гумористичний ефект.

Отже, аналіз формально-змістових лексичних трансформацій конотативного плану продемонстрував набуття українським перекладом роману більшої емоційності, експресивності та функційно-стилістичного забарвлення з метою увиразнення, наближення перекладу до читача.

Список використаної літератури:

1. Селіванова О.О. Світ свідомості в мові / О. О. Селіванова. – Черкаси : Вид-во Ю. Чабаненко, 2012. – 488с.
2. Коптілов В. В. Першотвір і переклад [Роздуми і спостереження] / В. В. Коптілов. – К., Дніпро, 1972. – 214 с.
3. Словник української мови: в 11 томах. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970–1980.
4. Oxford English Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://en.oxforddictionaries.com/english>

Джерела ілюстративного матеріалу:

1. Lewis C. S. The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe / C. S. Lewis / HarperCollins, 2002. – 224 p.
2. Люїс К. С. Лев, Чаклунка і стара шафа / Пер. з англ. О. Манько / К. С. Люїс. – Львів : Свічадо, 2002. – Режим доступу: <https://coollib.com/b/161925/read>

Науковий керівник: д. філол. н., професор Селіванова О. О.

М. С. Джулай

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВІДТВОРЕННЯ РИМИ В УКРАЇНСЬКИХ ПЕРЕКЛАДАХ

Римований переклад є найбільш важкою формою перекладу, адже у ньому концентруються завдання кількох планів. Рима – це співзвучність закінчень слів у віршових рядках, яка охоплює останній наголошений голосний і наступні за ним звуки. Повна класифікація рим досі не вироблена.

У перекладознавчому аспекті можна говорити про риму як своєрідну вертикальну метафору, яка є невід’ємною частиною класичного вірша. Як елемент форми вона має важливу смислову, композиційну і ритмічну функції. І. Левий виділяє змістову, ритмічну, евфонічну функції [1, 283–284].

Найуживанішим видом рими в англійській поезії є точна, або багата рима. Точна рима в англійській поезії це та, в якій співзвучні закінчення слів після наголошеного звуку; багата – це та, в якій співзвучні і переднаголосні звуки; омонімічна – це та, в якій співзвучне все слово.

В англійській мові існує так звана «зорова рима», коли слова ідентичні за написанням, але не за вимовою (*love – move, wood – blood*) [2, 29].

Рима, в якій під наголосом знаходиться останній склад, називається чоловічою (*concede – impede*). Рима з наголошеним передостаннім складом називається жіночою (*saviour – behavior*). В англійській літературі в цілому, переважають чоловічі рими.

Варто розглянути також і якісно-звукову основу однотипних англійських і українських рим (наприклад, чоловічих). У першу чергу, принципова різниця проявляється відносно опорного приголосного. У той час як для чоловічої рими в російському вірші є необхідним збіг двох корелюючих одиниць у відкритому складі, для англійської мови достатньо лише однієї [3, 78]. З погляду української поетичної норми така рима вважається бідною і рідко використовується в поезії. Ця особливість англійського римоутворення зумовлена аналітичною будовою мови, що різко обмежує кількість можливих римопар.

Враховуючи такі особливості рими у двох мовах, можна зробити висновок, що в англо-українському перекладі не варто зберігати характер римування з погляду наголосу, якщо його використання не зумовлене стилістичними завданнями.

Під час аналізу перекладів творів Дж. Байрона, виконаних у різний час, було виявлено, що на вибір характеру римування впливає низка чинників. Спочатку в перекладах використовувалися жіночі рими, що зумовлено літературною традицією, яка панувала на той час. Висновок про те, що на початковому етапі перекладу оригінал піддається впливу з боку мови-реципієнта, знаходить своє підтвердження не лише на семантичному, а й на архітектоніко-композиційному рівні. Як приклад можна навести римопари ліричного відступу у першій пісні поеми «Паломництво Чайльд-Гарольда» і трьох українських перекладах, виконаних К. Копитько, П. Грабовським і М. Старицьким:

<i>shore (A)</i>	<i>коханий (a)</i>	<i>Краю (a)</i>	<i>коханий (a)</i>
<i>roar (A)</i>	<i>п'яні (a)</i>	<i>морська (в)</i>	<i>п'яні (a)</i>
<i>blue (B)</i>	<i>зникаєш (в)</i>	<i>покриває (в)</i>	<i>зникає (в)</i>
<i>new (B)</i>	<i>літає (в)</i>	<i>Грає (в)</i>	<i>літає (в)</i>
<i>sea (C)</i>	<i>яхонтове (с)</i>	<i>яснеє (с)</i>	<i>піна (с)</i>
<i>thee (C)</i>	<i>здорове (с)</i>	<i>здорове (с)</i>	<i>родино (с)</i>
<i>flight (D)</i>	<i>грає (д)</i>	<i>поринає (д)</i>	<i>хвилі (д)</i>
<i>night (D)</i>	<i>краю (д)</i>	<i>Краю (д)</i>	<i>милі (д)</i>

У подальшому спостерігається три напрями у передачі англійської чоловічої рими. По-перше, використання складних жіночих рим. По-друге, перекладачі прагнуть зберегти характер англійської рими. Наприклад, той же ліричний відступ із «Паломництва Чайльд-Гарольда». На відміну від попередніх перекладів два інших, зроблених Грабовським і Гозенпудом копіюють риму оригіналу:

<i>shore (A)</i>	<i>зник (A)</i>	<i>мій (A)</i>
<i>roar (A)</i>	<i>крик (A)</i>	<i>Змій (A)</i>
<i>blue (B)</i>	<i>займа (B)</i>	<i>Зник (B)</i>
<i>new (B)</i>	<i>здима (B)</i>	<i>Крик (B)</i>
<i>sea (C)</i>	<i>сіда (C)</i>	<i>морським (C)</i>
<i>thee (C)</i>	<i>труда (C)</i>	<i>ним (C)</i>
<i>flight (D)</i>	<i>плисти (Д)</i>	<i>пливти (Д)</i>
<i>night (D)</i>	<i>ти (Д)</i>	<i>прости (Д)</i>

Найчастотнішим і найадекватнішим еквівалентом англійської чоловічої рими в українській літературі є чергування чоловічих і жіночих рим. Саме такий підхід характерний для перекладу поетичних творів Дж. Байрона українською мовою. Приклади такого чергування можна знайти ще в українських класиків Л. Українки, П. Грабовського та ін.

Іноді збереження рими є необхідною умовою перекладу. Це відбувається тоді, коли рима регламентована змістом твору. У Дж. Байрона є багато поезій, в яких слово або вираз проводяться через усі строфи у заключній римованій позиції. У деяких віршах у постійному

римуванні знаходиться транслітероване слово (вираз) – власна назва або цитата, як у випадку з віршем «Лохнагар»:

1. ... *war* // ... *Loch na Gair*
2. ... *star* // ... *Loch na Gair*
3. ... *car* // ... *Loch na Gair*

4. ... *Braemar* // ... *Loch na Gair*
5. ... *afar* // ... *Loch na Gair*

Перекладач Д. Паламарчук прекрасно впорався зі своїми завданнями:

1. ... *хмар* // ... *Лохнагар*
2. ... *Стожар* // ... *Лохнагар*
3. ... *хмар* // ... *Лохнагар*

4. ... *Бремар* // ... *Лохнагар*
5. ... *чар* // ... *Лохнагар*

В українській поезії жіночі рими не лише переважають, а й із огляду на синтетичну будову мови, набагато різноманітніші.

Отже, рими мають різні якісні та кількісні характеристики й неоднаково функціонують у двох поетичних мовах. З іншого боку, оскільки поняття рими змінюється залежно від епохи, не можна визначити еквівалентність рими як усталену раз і назавжди. На кожному етапі перекладачі вирішували задачі, пов'язані з римою, з урахуванням літературної традиції. Невипадково до 70-х – 80-х років XIX ст. чоловічі рими у творах Байрона перекладались жіночими, у класиків репертуар рим відповідав сучасній їм традиції. З погляду сучасного читача багато рим у класиків звучать затерто, банально:

- свою – бою, одна – вона, млі – землі* (П. Грабовський)
люба – згуба, у сні – мені, ясне – мене (Л. Українка)

Однак, не зважаючи на повторюваність, часте використання рим у перекладі Л. Українки поезія Байрона “To M.S.G.” («Коли сниться мені...»), вони не сприймаються як примітивні або банальні. Вони римують і обрамляють слова, що несуть велике семантичне навантаження і надають додаткового музичного забарвлення, тональності. Невипадково цей переклад залишається неперевершеним в українській літературі.

Аналізуючи специфіку українського римованого перекладу, можна пересвідчитися, що в сучасних дослідженнях сформувався бачення двох течій в його історії. Перша, «класична», походить від М. Старицького та І. Франка, друга «неокласична» школа виявляється у практиці більшості сучасних провідних майстрів перекладу, починаючи від Г. Кочура до М. Москаленка. Її представникам притаманне тяжіння до вироблених літературних норм, орієнтація на новітню європейську й національну традицію, обережне ставлення до експерименту в галузі форми й лексики, прагнення відтворювати стильові риси оригіналу переважно засобами нормативної мови, еквівалентне відтворення системи римування першотвору. Найбільш точно відтворювали систему римування англійської поезії в перекладах українською мовою Г. Кочур, В. Мисик та Д. Паламарчук, які є яскравими представниками неокласичної перекладацької школи. Подібні висновки напрошуються під час розгляду віршових перекладів, майстерно виконаних неокласиками та їхніми учнями, їх об'єднує філігранна ритмомелодика, логічно підібрана система римування, добірна українська мова, легкий для сприйняття та впорядкований синтаксис [4, 117].

Отже, адекватне відтворення англійської рими в українських перекладах передбачає поєднання кількох чинників: з одного боку, традиційних і новаторських, а з іншого – національних (англійських та українських) римотворчих особливостей.

Список використаної літератури:

1. Левый И. Искусство перевода / Левый И. – М. : Прогресс, 1985. – 397 с.
2. Сидоренко Г. К. Як читати і розуміти художній твір / Сидоренко Г. К. – К. : Радянська школа, 1988. – 234 с.
3. Жовтис А. Л. Исследования по теории стиха / Жовтис А. Л. – Л. : Наука, 1984. – 167 с.
4. Стріха М. Дещо про коментовані видання й інтерпретацію текстів / Максим Стріха // Улюблені англійські вірші та навколо них. – К. : Фактор, 2003. – С. 117–122.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Кикоть В. М.

ПАРЕМІЇ З КОНЦЕПТОМ «ПРАЦЯ» В НІМЕЦЬКІЙ ТА УКРАЇНСЬКІЙ МОВАХ: ПЕРЕКЛАДАЦЬКИЙ АСПЕКТ

Прислів'я та приказки ще здавна були відображенням народного життя, культури та правил поведінки у суспільстві. Вони не лише описують та віддзеркалюють діяльність певного народу, а й відтворюють вірування, переконання та моральні цінності конкретного етносу.

Питання належності паремій до фразеологічного фонду мови наразі залишається контрверсійним. Так, деякі науковці вважають прислів'я та приказки частиною фразеології. Інші ж, навпаки, виводять їх за межі фразеологічного фонду мови. На думку професора О. О. Селіванової, таке виокремлення є «невиправданим, оскільки паремії та фразеологізми об'єднують ознаки відтворюваності, стійкості, культурної маркованості, а також високий рівень кумулятивності та трансляторності» [1, 645].

Метою нашої розвідки є аналіз українських та німецьких паремій, що містять концепт «праця», з огляду на способи їх відтворення мовою перекладу.

На якість життя народу впливають багато чинників, проте одним із найважливіших є аспект праці, позаяк праця є невід'ємною частиною життя кожної людини. Тому концепт «праця» посідає чільне місце у пареміології різних народів. Український та німецький народи не є винятком.

Порівняймо кілька приказок. Ось, наприклад, німецька паремія «*Der Mensch ist zur Arbeit geboren, wie der Vogel zum Fliegen*» [2, 123], перекладається як «*Людина народжена для праці, як пташка для польоту*» [Там само]. Тут застосовується метод калькування. Тобто зміст паремії передається покомпонентно в перекладі. Чимало й інших приказок перекладаються у такий спосіб. Наприклад: «*Arbeit hat bittere Wurzel, aber süße Frucht*» – «*Праця має гіркий корінь, та солодкий плід*» [2, 124], або ж «*Arbeit bringt Brot, Faulenzen Hungersnot*», що перекладається як «*Праця приносить хліб, а неробство – голод*» [Там само].

Німецька приказка: «*Ohne Fleiss kein Preis*» (буквально: без зусиль немає нагороди) має український відповідник: «*Без труда нема плода*» [3, 68]. Ці паремії тотожні за значенням, проте мають різну образну основу.

Звичайно існують повні еквіваленти, тому завданням перекладача є дібрати відповідний варіант. Наприклад, німецьке прислів'я: «*Wer nicht arbeitet, soll auch nicht essen*» [2, 124], у перекладі звучить як: «*Хто не працює, той не їсть*» [3, 65]. Це паремії із однаковим значенням, стилістичним відтінком і внутрішньою формою.

Цікавим є наступний приклад, позаяк прислів'ю оригіналу відповідає прислів'я в перекладі з однаковим значенням і стилістичним відтінком, але різним лексичним наповненням (часткові еквіваленти): «*Faul kriegt wenig ins Maul*» [2, 125], (буквально: у лінивого мало в роті) перекладається як «*Лінивий отримує мало їжі*» [Там само].

Отже, проаналізувавши паремії з концептом «праця» в німецькій та українській мовах, можна зробити висновок, що існують повні еквіваленти паремій двох етносів, існують часткові та перекладені покомпонентно. Праця завжди шанувалась, саме тому в Україні скажуть: «*Маленька праця краца за велике безділля*», а в Німеччині – «*Arbeit schändet nicht*» (буквально: праця не ганьбить).

Список використаної літератури:

1. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика : термінологічна енциклопедія / Селіванова О. О. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
2. Кудіна О. Ф. Перлини народної мудрості. Німецькі прислів'я та приказки / О. Ф. Кудіна, О. П. Пророченко. – Вінниця: Нова Книга, 2005. – 320 с.
3. Народ скаже – як зав'яже: Українські народні прислів'я, приказки, загадки, скоромовки / упоряд. Н. С. Шумада. – К. : Веселка, 1985. – 173 с.

ОЦІННО-ЕМОТИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ ДОДІ СМІТ “THE HUNDRED AND ONE DALMATIANS”

Об'єктом нашого дослідження став роман Доді Сміт «The Hundred and One Dalmatians» та його український переклад «101 далматинець», виконаний Наталією Ясіновською. Досліджуваний переклад видано нещодавно, у 2017 році, і тому він знаходиться у центрі нашої уваги.

Оцінно-емотивні трансформації залишаються актуальною темою для досліджень сучасних теоретиків та практиків перекладу, оскільки завжди цікаво простежити, як у перекладі змінюється конотація тексту і чи змінюється взагалі.

О. О. Селіванова зазначає, що оцінно-емотивні трансформації орієнтовані на заміну, втрату або виникнення в перекладі оцінного чи емотивного компонента мовних одиниць [2, 240].

Наприклад, у цьому фрагменті перекладач замінює оцінно-емотивний компонент:

*She instantly knew that the dog on the common was no **freak** (1, p. 38) // Вона одразу ж зрозуміла, що пес на пустуці не був **почварою** (2, с. 40).*

Англійське слово *freak* має кілька значень, одним із яких є «a person, animal, or plant with an unusual physical abnormality» [5]. У тексті йдеться про те, що у далматинця були коричневі плями замість чорних, що вважалося вадою для такої породи. У перекладі ж, вжито слово *почвара*, що означає: «потвора, чудовисько» [1]. Тобто, перекладач використовує цю заміну з огляду на контекст, проте із використанням такого відповідника з'являється негативна конотація.

У цих же реченнях простежуємо виникнення позитивного оцінно-емотивного компоненту у фрагментах перекладу:

*And the white **cat** did not forget the **ermine sheets** (1, p. 201) // Біла **кицька** не забула також і про **горностаєві простирадла** (2, с. 203).*

Тут нейтральний іменник *cat* у перекладі замінено іменником *кицька*, що належить до пласту розмовної лексики та має позитивний оцінний компонент.

*You **stroke** her while I get her some food (1, p. 20) // **Понести** її трохи, поки я принесу їй поїсти (2, с. 23).*

Дієслово *stroke* – «to move a hand, another part of the body, or an object gently over something or someone, usually repeatedly and for pleasure» [3] у цьому контексті означає *гладити* і є нейтральним, перекладач же додає позитивної конотації перекладаючи як *нести* – «ніжно торкаючись, гладячи і т. ін. кого-небудь, виявляти до нього любов, ласку» [1].

Подекуди перекладач комбінує декілька конотативних трансформацій, чим значно впливає на оцінно-емотивне та експресивне забарвлення усього висловлення:

*It was a **beautiful blue coat** with a white **binding**; Missis was very proud of it (1, p. 55) // Леді дуже пишалася своїм **гарненьким** блакитним **пальтечком** із білими **шворочками** (2, с. 57).*

У цьому контексті англійське *coat* означає: «a piece of thick cloth that is put on a dog's back to keep it warm outside in winter» [4]. Перекладач передає його словосполученням *гарненьке*, що має додаткове емотивне забарвлення, *пальтечко* «зменш.-пестл. до пальто» [1]. Також, варто звернути увагу на слово *binding* – «a thin strip of material that can be sewn along the edges of clothes or other objects» [3], яке перекладач передає українським зменшувано-пестливим словом *шворочка*, що означає – «тонкий мотузок; мотузочок» [1]. На нашу думку, такі трансформації з додаванням позитивної оцінки, зумовлені контекстом, адже Леді дуже пишалася своїм пальтечком.

Цікавим прикладом є наступне речення, у якому на трансформацію денотативного плану (тут, кореферентна) нашаровується конотативна:

And then, when they were only three or four yards away, he stooped, picked up a stone, and slung it with all his force (1, p. 87) // А потім, коли вони були всього в трьох чи чотирьох ярдах від нього, хлопчак нахилився, підняв камінь і жбурнув з усієї сили (2, с. 89).

У цьому прикладі особовий займенник *he* у перекладі замінено словом *хлопчак*, що має емоційно-негативний відтінок. По контексту хлопчик кинув каменем у Понго та поранив його, у цьому ж фрагменті описується той момент, коли до будинку хлопчика, вже вдруге прийшли Леді та Понго, хлопець знову почав кидатись камінням заради забави. Імовірно, перекладач таким чином додає негативної оцінки вчинку хлопчика, що, на нашу думку, є неправильним рішенням, адже в тексті оригіналу негативна оцінка відсутня.

Отже, у ході дослідження та зіставлення текстів оригіналу та його українського перекладу, ми виявили, що перекладач часто застосовує оцінно-емотивні трансформації. У тексті представлені приклади заміни, втрати та виникнення оцінного та емотивного компонента мовних одиниць. Зіставивши тексти оригіналу та перекладу можна зробити висновок, що перекладач переважно доцільно та уміло використовує ці заміни.

Список використаної літератури:

1. Академічний тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL: <http://sum.in.ua>.
2. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. Монографічне видання / О. О. Селіванова. – Черкаси : Ю. Чабаненко, 2012. – 488 с.
3. Cambridge Dictionary [Електронний Ресурс]. – Режим доступу : URL : <https://dictionary.cambridge.org>.
4. Macmillan Dictionary [Електронний Ресурс]. – Режим доступу : URL : <https://www.macmillandictionary.com>.
5. Oxford English Dictionary [Електронний Ресурс]. – Режим доступу : URL : <https://en.oxforddictionaries.com>.

Список джерел фактичного матеріалу:

1. Smith D. The Hundred and One Dalmatians. – Puffin, 1956. – 216 p.
2. Сміт Д. 101 далматинець [Текст] : роман / Доді Сміт; переклад з англ. Наталії Ясіновської. – Львів : Видавництво Старого Лева, 2017. – 240 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Рибалка Н. С.

А. В. Ількевич

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ДЕТЕКТИВ Е. ПО ТА ЙОГО ПЕРЕКЛАД

У сучасному перекладознавстві малодослідженими є проблеми жанрової стилістики, особливостей перекладу детективної прози, зокрема й творів засновника детективного жанру Е. А. По та його знакової новели «Вбивство на вулиці Морг».

Три новели Едгара По: «Вбивство на вулиці Морг» (1841), «Викрадений лист» (1842), «Тасмниця Марі Роже» (1842) – позначені основними рисами класичного детективу. Вони присвячені мистецтву аналізу, що зведений у ступінь чаклунства, «інтелектуальної магії» [1, 6].

Індивідуальний стиль кожного письменника характеризується власною композицією, архітектурою в єдності більших і менших її конструкцій. А стиль передає неповторність їхнього поєднання. У новелі «Вбивство на вулиці Морг» автор майстерно використовує різноманітні виражальні засоби мови та зображальні стилістичні прийоми, щоб зробити оповідь більш правдивою, високо інформативною, повною смислу та емоційності. Для новели притаманна готична символіка, яка створює атмосферу таємничості та жаху і яку перекладач Михайло Сарницький не обходить увагою у своєму перекладі.

Місце дії. Замість готичного замку чи руїн герої найняли “*a time-eaten and grotesque mansion... tottering to its fall*” [2, 172] – «один старезний будинок», що «поволі хилився до своєї остаточної руїни» [3, 276]. Метафоричні епітети: *time-eaten, grotesque* – підкреслюють

незграбність старої будівлі. Перекладач передав їхнє значення одним словом – *старезний*. Отже будинок був особливий. Жертви злочину мешкали, на перший погляд у непримітному будинку: *It was an ordinary Parisian house* [2, 184]. – *Це був звичайнісінький паризький будинок* [3, 286]. Проте дивно, що *“the shutters... were always closed, with the exception of the large back room, fourth story”* [2, 178]. – «віконниці... завжди були зачинені, окрім тих, що на п'ятому поверсі» [3, 282]. А тієї ночі *“both doors... were securely locked with the keys inside”* [2, 188]. – «двері з кімнат... були замкнені зсередини» [3, 290]. Отже, помешкання Леспане також оповите таємничістю.

Традиційні готичні дійові особи. Щодо неодмінної присутності леді, то жертвами вбивств стали *“Madame L'Esparnaue and her daughter, Mademoiselle Camille L'Esparnaue... The two lived an exceedingly retired life”* [2, 176]. – «пані Леспане та її дочка, – панна Камілія Леспане. Обидві жінки жили цілком відлюдно» [3, 281]. Епітети *exceedingly retired* наголошують на незвичному способі життя персонажів. Щодо образу лицаря, то таким можна вважати Дюпена – поборника правди й справедливості. Він заявляє: *“My ultimate object is only the truth”* [2, 191]. – «Моєю ціллю є істина сама» [3, 292]. Необхідну роль велетня в новелі, схоже, виконує орангутанг-злочинець: *The large fulvous Ourang-Outang of the East Indian Islands. The gigantic stature, the prodigious strength an activity, the wild ferocity* [2, 185]. – *Великий бурий орангутанг зі східноіндійських островів – величезний жорстокий звір дивовижної сили і спритності* [3, 295]. Низка метафоричних епітетів: *gigantic, prodigious, wild* – характеризують істоту як небезпечного для оточення звіра.

Образ ночі – також один із готичних символів: *It was a freak of fancy in my friend... to be enamored of the night* [2, 173]. – *Однією з химер Дюпена... була його закоханість у ніч* [3, 276]. Вбивство відбувається вночі: *This morning about three o'clock* [2, 176]. – *Цієї ночі, близько третьої години* [3, 288].

Типовий готичний елемент – свічка – також присутній у новелі. Так, Дюпен із товаришем уранці, щоб продовжити темряву, зачинали віконниці і, створюючи атмосферу романтичної таємничості *“lighted a couple of tapers”* [2, 172] – «запалювали дві тонкі, високі свічки» [3, 276].

Загадковим голосам Едгар По теж приділяє багато уваги. Свідки чули *“the voice harsh... The shrieks were long and loud very awful and distressing”* [2, 179]. – «різкий і дуже дивний голос... Голос був пронизливий... Крики були сильні і протяжні, моторошні і незвичні» [3, 282]. Низка епітетів: *harsh, long, loud, awful, distressing* – підкреслюють жахітливості голосів.

Слід відзначити і готичну всеохоплюючу атмосферу жаху, притаманну новелі По, яку перекладачеві вдалося відтворити майстерно й цілком точно. Так, десятки разів повторюються слова: *жах, жахливо, жахливий, жахітність, найжахливіший* – «найжахливіші подробиці», «скам'янівши від жаху», «жахливо понівечені», «жахітність убивств»; *страшний, страхітний, страхіття, страхітливий* – «нелюдська надмірність страхіть», «страшна загадка», «страхітливий злочин»; *диявольський, звірячий, жорстокий, лютий, скажений, шалений, дикий* – «диявольське бурмотіння звіра», «звіряча жорстокість», «жорстокий звір», «лютий звір», «скажений норв», «шалений маніяк», «дикий безлад» [3, 281–300].

Отже, наведені текстові приклади є підтвердженням того, що Едгар По широко використовував у новелі готичну символіку, яку адекватно відтворено в українському перекладі.

Належну увагу письменник приділяє синонімам, наприклад, передаючи розповідь матроса про пригоди орангутанга, він називає його: *the Ourang-Outang, the ape, the gigantic animal, the brute, the beast, the fugitive* [2, 200–201]. Водночас у творі трапляються численні повтори. Щоб зосередити увагу на важливості і, здавалось би, неможливості розгадати таємницю скоєння злочину, Дюпен, розмірковуючи й дискутуючи з другом, часто вживає слово *peculiar* – *специфічний, особливий, своєрідний, незвичний, незвичайний*. Перекладач, зі свого боку, намагається уникнути повторів, використовуючи синоніми. Наприклад: *...if I had observed anything peculiar... – No, nothing peculiar* [2, 184]. – *...чи не помітив я чогось особливого... – Та ні, нічого* [3, 287]. *...the peculiar kind* [2, 190] – *...дуже своєрідні* [3, 291]. *...very peculiar... voice* [2, 191] – *...дуже дивний... голос* [3, 292].

Описуючи події, які відбувалися в Парижі, По користується французькими словами й виразами, а також латинськими висловами, які не мають англійських еквівалентів. Перекладач залишає їх в українському перекладі без змін. Наприклад: *par excellence*, “*Theatre des Varietes*”, *et id genus omne*, “*Gazette des Tribunaux*”, *sacre, diable, Jardin des Plantes* [2, 273–300]. Виноски із роз’ясненнями допомагають читачеві зрозуміти значення таких словосполучень.

Особливістю аналізованого перекладу детективного твору можна вважати часом надмірну українізацію певних слів. Наприклад: ...*the advent of true Darkness* [2, 172]. – ...*пришестя правдивої темряви* [3, 277] – замість: *справжньої, дійсної, істинної*; ...*until the death of the victim* [2, 194] – ...*поки жертва сконає* [3, 294] – замість: *поки, доки*; ...*by intractable ferocity*... [2, 198]. – ...*через невітську лютість*... [3, 298] – замість: *надмірну, надзвичайну*.

У межах одного із абзаців М. Сарницький у перекладі різних понять тричі вживає український еквівалент *ганж*. *There was no flaw in any link of the chain. “There must be something wrong”, I said, “about the nail”. ...the fissure was invisible* [2, 190]. *В ланцюгові моїх міркувань не було ганжу*. – замість: *недоліку, помилки, упуцнення*. *Я сказав собі: «В цього цвяха повинен бути якийсь ганж»*. – замість: *вада, дефект*. ...*ганж був невидний* [3, 291] – замість: *тріщина, злам, перелам*.

Для новели Е. По характерні довгі речення. Перекладач іноді на свій розсуд розбиває одне речення на 2-3, що порушує вишуканий романтичний стиль твору.

Загалом, Михайло Сарницький, представник гурту новітніх перекладачів творчості Едгара По, досяг адекватності перекладу першотвору. Перекладові М. Сарницького, як і оригіналові, притаманна стислість та лаконічність оповіді, в ньому майстерно відтворено атмосферу жаху, таємничості та трагічності фантастичних ситуацій, зображених у першотворі. Проте український тлумач іноді вдається до поділу довгих речень або об’єднує кілька речень в одне, що певною мірою і в певних місцях викривляє стиль оригіналу. Французькі та латинські вкраплення він залишає без змін, даючи пояснення у виносках. Характерне для перекладу і надмірне одомашнення деяких понять. Вдало вжиті в перекладі різноманітні синоніми та тропи допомагають зберегти ритм, настрій та дух першотвору.

Порівняльний аналіз детективного твору Едгара По “*The Murders in the Rue Morgue*” та його перекладу українською мовою свідчить, що переклад, так само як і оригінал, розкриває тему твору, аналогічно впливає на читацьке сприйняття, спонукає зрозуміти авторську ідею детективу.

Список використаної літератури:

1. Лалексеєнко А. П. Едгар Аллан По / А. П. Лалексеєнко // Зарубіжна література в навчальних закладах. – 2006. – № 2. – С. 2–12.
2. Poe Edgar Allan. Prose and Poetry / Edgar Allan Poe. – М. : Raduga Publishers, 1983. – 416 р.
3. По Едгар Аллан. Золотий жук: оповідання та повісті ; [пер. з англ. М. Сарницький, Р. Доценко та ін.] / Едгар Аллан По. – К. : Дніпро, 2001 – 398 с.

Науковий керівник: викладач Опанасенко Ю. В.

О. С. Коваленко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

КОНОТАТИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ ДЕНА БРАУНА «ЦИФРОВА ФОРТЕЦЯ»

Конотація лежить в основі психологічного впливу на читача у будь-якому творі, адже безпосередньо впливає на емоційно-оцінне та асоціативне сприйняття образів, що фігурують у ньому, та на те, як читач уявлятиме собі його персонажів у описуваних ситуаціях. Саме тому адекватна передача та збереження конотації оригіналу є одним із важливих факторів у перекладі. В оригіналі роману Дена Брауна «Цифрова фортеця» конотація посідає не останнє

місце серед інших стилістичних фігур та відповідно зменшує яскравість образу за недостатньої компенсації її в перекладі, зберігає емоційний вплив першотвору або ж додає його.

Конотативні трансформації можна класифікувати на оцінно-емотивні, експресивні та функціонально-стилістичні [1, 105]. До того ж існують різноманітні реєстри слів, а саме нейтральна лексика (загальноживані слова), книжна (слова, що вживаються лише в письмовому мовленні), поетична (переважно в поезії), офіційно-ділова (ділова переписка, офіційні документи), термінологічна та побутово-розмовна лексика.

Розглядаючи питання того, яким повинен бути переклад, і звертаючись до праць провідних лінгвістів, ще В. Н. Комісаров у своїй «Загальній теорії перекладу» підкреслював, що конотативному аспектові обов'язково має приділятися належна увага перекладача. Адже у виборі відповідників текстові оригіналу перекладач має ставити перед собою наступні запитання: що сказав автор; що він мав цим на увазі і як це сказати [2, 9]. Саме останнє питання і містить у собі констатацію сказаного, адже будь-які слова, навіть на перший погляд сказані в позитивному сенсі, можуть мати негативний, або глузливий підтекст залежно від того як це було сказано.

Конотацію за О. О. Селівановою кваліфікуємо як «додатковий компонент значення мовної одиниці, що доповнює її предметно-логічний зміст суб'єктивними відтінками оцінки, емоційності, експресивності, функціонально-стилістичної забарвленості, а також відтінками, зумовленими соціальними, ідеологічними, культурними, ситуаційними аспектами комунікації» [3, 202]. Естетична індивідуальність твору прямо залежить від усієї сукупності стилістичних засобів та форм, що вживаються упродовж його написання, як говорить про це М. М. Бахтін у своїй праці про літературу й естетику [4, 21].

Метою статті є дослідження різних видів конотативних трансформацій в українському перекладі роману Дена Брауна «Цифрова фортеця». Окреслені в межах нашого дослідження типи конотативних перекладацьких заміन здійснено в межах концепції О. О. Селіванової про нову типологію перекладацьких трансформацій. Серед яких, як уже зазначалося вище, виділяють оцінно-емотивні, експресивні та функціонально-стилістичні.

Найрозповсюдженішим типом конотативних трансформацій у досліджуваному творі виявилися функціонально-стилістичні трансформації, що представлені втратою, заміною або виникненням у перекладному тексті функціонально-стилістичного забарвлення мовних одиниць [3, 205]. На нашу думку, це спричинено великою популярністю фразових дієслів у англійській мові як в усному, так і в письмовому мовленні, тоді як в українській мові відповідники з тим самим реєстром зазвичай відсутні. Цікавим є випадок функціонально-стилістичної трансформації, яка передбачає зміни реєстру слів у наступному прикладі: «*Susan set out to give...* // *Сюзанна заходилася давати...*», де навіть змінено універсалістську установку в перекладі на етнокультурну.

Англійське фразове дієслово *to set out* належить до розмовної лексики й означає «*to begin something with a definite purpose*» [5], тоді як українське слово *заходитися* є просторічним і означає наступне: *починати що-небудь робити, не стримуючись* [6]. Особливий тип дієслів на кшталт дієслова *заходитися* є особливою ознакою, притаманною саме українській мові. Еквівалент для цієї групи дієслів важко або неможливо знайти в іноземній мові, що неодмінно призводить до стилістичних трансформацій. Зміна реєстрів двох слів простежується в наступному випадку: «*...and edited Susan's head onto someone else's body.* // *...й примайстрував Сюзаннину голову до чийогось тіла*». Дієслово *to edit* – *to make changes to a text, film, etc., correcting mistakes or removing some parts, especially in order to prepare it for being printed or shown* [5] в англійській мові належить до пласту нейтральної лексики, маючи словникові відповідники *редагувати, готувати до друку* і може навіть вживатися як певний канцеляризм, тимчасом як українське дієслово *примайструвати* означає *пристосувати що-небудь для використання* [6] й належить до побутово-розмовних слів. Відтак, відбулася функціонально-стилістична трансформація, що полягає у зміні реєстру слова з нейтрального на просторіччя.

Досить часто в аналізованому перекладі трапляються й оцінно-емотивні трансформації, що передбачають зміну ставлення мовця до сказаного та передачі емоцій, які воно в нього викликає, напр.: «*It's Biggleman's safe*», *Susan stammered in awe* // «*Та це ж справжнісінький сейф Бігглмана!*» – *зачаровано прошепотіла вона*». Поява особливої оцінки сказаного

персонажем у перекладі порівняно з оригіналом була досягнута за допомогою зменшувально-пестливого суфіксу *-ісіньк* у слові *справжнісінький*, тимчасом як репліка персонажу в англійському реченні залишається повністю нейтральною в емоційному плані. Про емоції від сказаного нас повідомляє словосполучення *in awe*, що означає *having a great amount of respect or admiration for someone, sometimes to the point of feeling nervous or fear* [5], що українською мовою можна перекласти як «у захваті» або «заворожений чимось», до того ж у кінці речення присутній знак оклику, на відміну від речення оригіналу. Суфікси на зразок *-усіньк*, *-ісіньк* та ін. є притаманними лише українській мові, а тому надають цьому реченню особливого оцінно-емотивного значення підсиленого подиву.

Ще одним типом конотативних перетворень, що спостерігаються у перекладі, є експресивні трансформації, які передбачають модифікацію ознаки, її втрату посилення чи применшення, напр.: «...*blatantly ignored*... // ...*проігнорувала*...». Через відсутність у перекладі компенсації англійського прислівника *blatantly* – *very obvious and intentional when this is a bad thing* [5], що українською можна було б перекласти як *очевидно, відверто* [7], конотація присутня в оригіналі втрачається. Зміна конотації на протилежну, спостерігається в реченні «*I'm in a bit of a rush*» // «*Я дуже поспішаю*», де англійське словосполучення *in a bit* – *a slight but not serious amount or type of something* [5] виражає применшення якоїсь ознаки, а український еквівалент, вжитий перекладачем, навпаки посилює її прислівником *дуже* – *у великій мірі, надто, надзвичайно* [6], що призвело до експресивної трансформації.

Загалом, в українському перекладі роману Дена Брауна «Цифрова фортеця» конотативні перетворення займають одне з провідних місць серед застосовуваних автором на лексичному рівні формально-змістових трансформацій. Усі типи конотативних перетворень, а саме: функціонально-стилістичні, емоційно-оцінні та експресивні, – покликані зберегти враження від читання тексту оригіналу в перекладі за допомогою відповідників української мови з близькою до оригіналу конотацією.

Список використаної літератури:

1. Литвин І. М. Перекладознавство : навч. посібник / Литвин І. М. – Черкаси : Видавництво Ю. А. Чабаненко, 2013. – 132 с.
2. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода : учеб. пособие / Комиссаров В. Н. – М. : Высшая школа, 1999. – 136 с.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія / Селіванова О. О. – Полтава : Довкілля-К, 2006. – 716 с.
4. Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики. / Бахтин М. М. – М. : Художественная литература, 1975. – 504 с.
5. Cambridge Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://dictionary.cambridge.org/ru/>
6. Словник української мови : в 11 тт. / [за ред. І. К. Білодіда]. – К. : Наукова думка, 1970 – 1980.
7. Англо-український словник / [укл. М. Л. Подвезько, О. В. Кривошеєв, В. М. Тягловська]. – К. : Вища школа, 1996. – 701 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Кикоть В. М.

А. О. Краснопеєва

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СЦЕНАРНО-СИТУАТИВНИЙ МЕТОД У НАВЧАННІ УСНОГО ПЕРЕКЛАДУ

Глобалізація інформаційних процесів в світі, розвиток і розширення економічних і культурних зв'язків між державами диктують необхідність підготовки фахівців, здатних і готових встановлювати взаєморозуміння між народами, забезпечувати доступ до різноманіття світової політики і культури. У зв'язку з цим підвищуються вимоги до рівня підготовки перекладача, його професійних компетенцій і особистісних якостей, тим самим орієнтуючи викладачів вищої школи на застосування більш сучасних підходів до організації навчального процесу.

Одним з таких підходів, що відповідають новій освітній парадигмі, є сценарно-ситуативний підхід. «Сценарно-ситуативний підхід реалізується через моделювання

стандартних ситуацій перекладацької професійної діяльності на матеріалі інтегрованих мікросцен, в яких мовленнєва дія максимально наближена до природних умов спілкування» [2, 105].

Сценарно-ситуативний метод виступає як модель, на основі якої формуються практичні вміння і навички. Цей метод відрізняється високим ступенем поєднання індивідуальної і групової роботи студентів і виступає засобом активізації професійних компетенцій майбутніх фахівців в області перекладу.

Релевантними при навчанні усного перекладу є такі комунікативні ситуації як «Супровід іноземної делегації», «Переклад інтерв'ю», «Переклад переговорів», «Переклад наукової міжнародної конференції», «Переклад на прийомі у лікаря», «Переклад в суді».

Розглянемо більш докладно комунікативну ситуацію «Переклад наукової міжнародної конференції», яка є однією з найтиповіших у професійній діяльності усних перекладачів.

Студенти отримують інформацію про тему майбутньої конференції. В основі цього навчального сценарію лежить орієнтація на виконання конкретного проекту – організація і проведення «наукової міжнародної конференції». Дана комунікативна ситуація може бути розбита на три взаємопов'язані сцени – відкриття пленарного засідання, робота в секціях (де окрім перекладу виступів доповідача, передбачено і переклад дискусій), закриття пленарного засідання.

При реалізації проекту особлива увага приділяється розвитку навичок організаційно-управлінської діяльності студентів. Студенти самостійно розподіляють ролі – голова, члени президії, перекладачі, учасники та організатори конференції.

«Організатори конференції завчасно надають студентам-перекладачам порядок денний, перелік виступаючих із зазначенням посад і короткими біографічними відомостями про доповідачів, звіти про попередні заходи за цією тематикою, протоколи засідань, виклад позицій сторін, загальні відомості про організацію, яка проводить захід, будь-які матеріали, що надаються учасникам заходу, посилення на веб-сайти організацій, глосарії по тематиці конференції, список доповідачів, тексти / тези доповідей та презентації в форматі PowerPoint. Перекладачам також заздалегідь надаються сценарії фільмів з текстом, які будуть демонструватися в ході засідання» [1,14-15].

В якості матеріалу для доповідей ми пропонуємо використовувати автентичні тексти рідною та іноземною мовами, взяті з інтернет-ресурсів або із засобів масової інформації.

«Подібний вид вправи сприяє розвитку у студентів наступних навичок і умінь: інформаційно-пошукові навички, вміння скласти глосарій по темі конференції, вміння утримувати в короткостроковій пам'яті і вилучати необхідний обсяг інформації; навик імовірнісного прогнозування можливого розвитку ходу повідомлення, навик переключення з однієї мови на іншу, вміння використовувати адекватні перекладацькі прийоми, вміння виконувати смислову і мовну компресію, вміння синтаксичного і смислового розгортання висловлювання, вміння знаходити нестандартні рішення при відсутності мовних відповідностей, вміння продукувати ПТ відповідно з конвенціями ПМ, вміння створювати цілісний і зв'язаний текст» [2, 108].

Важливим етапом застосування навчальних конференцій в процесі навчання усного перекладу виступає заключна фаза, на якій відбувається аналіз перекладацької діяльності в ході проведеного заходу та коментування обраних перекладацьких рішень.

Студенти оцінюють якість перекладу відповідно до критеріїв, запропонованими Ю. В. Плехановою:

1. Загальне враження. Оцінка поведінки перекладача:

а) *професійно налагоджена комунікація*: дотримання норм мови перекладу; достатньо гучний голос; лінійність мови (повтори, незавершеність фраз, паузи, інтонаційний малюнок); темп мови; легкість сприйняття перекладу замовником в ситуації спілкування.

б) *кінетика перекладача*: постава; міміка і жестикуляція; візуальний контакт.

2. Передача основної, другорядної, уточнюючої інформації:

а) *види помилок*: порушення логічного зв'язку тексту; опущення релевантної інформації; надмірне додавання інформації, узагальнення; груба смислова помилка; не перекладені

одиниці, що підлягають перекладу; «фальшиві друзі перекладача»; вільність; буквалізм; наявність декількох варіантів перекладу; непотрібні коментарі перекладача; невірна інтерпретація уточнюючої або другорядної інформації.

3. Мовна адекватність перекладу:

а) *фонетичні помилки* у вимові і інтонаційному малюнку;

б) *лексичні помилки*: сполучуваність; тавтологія; пароніми; помилки в перекладі власних назв, які не ведуть до смислових втрат; відсутність одноманітності в термінології.

в) *граматичні помилки*: морфологічні помилки; неправильне узгодження, управління; синтаксичні помилки; порядок слів; неправильна передача причинно-наслідкового зв'язку; неправильна організація тема-рема-тичного членування;

г) *стилістичні помилки*: функціонально-стилістичні; змішування стилів; недоречне використання діалектів і варіантів ПМ.

4. Подолання перекладацьких труднощів:

а) *рішення перекладацьких труднощів*: комунікативні (перезапити, уточнення, виправлення); мовні.

б) *вдалі перекладацькі рішення*: адекватність обраної перекладацької стратегії меті комунікації; адекватні трансформації; адекватність лінгвокультурній адаптації [3, 41].

Докладний аналіз помилок студентів, що проводяться при підбитті підсумків, сприяє розвитку вміння бачити допущені помилки, кваліфікувати і виявити причину їх виникнення і тим самим знижує ймовірність їх повторення в реальній дійсності. А це сприяє скороченню терміну адаптації випускника вузу до повноцінного виконання професійної діяльності. Таким чином, сценарно-ситуативний метод в навчанні усного перекладу є перспективним напрямком у підготовці висококваліфікованих перекладачів.

Список використаної літератури:

1. Дупленский Н. К. Синхронный и последовательный перевод. Рекомендации практикующим переводчикам / Н. К. Дупленский. – Москва, 2015. – С. 14-15.

2. Королькова С. А. Сценарно-ситуативный подход при обучении устному переводу / С. А. Королькова. – Вестник ВГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация № 2, 2014. – С. 105-108.

3. Плеханова Ю. В. Определение комплекса критериев оценки качества устного перевода студентов-лингвистов / Ю. В. Плеханов. – Вестник НГВУ № 4, 2016. – С. 41.

Науковий керівник: викладач французької мови кафедри теорії та практики перекладу
Піньковська О.С.

О. О. Курдус

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МЕГАТЕКСТОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНА САЛМАНА РУШДІ «ОПІВНІЧНІ ДІТИ» («MIDNIGHT'S CHILDREN»)

Переклад художніх текстів потребує від перекладача двох можливих установок: етнокультурної та відчужуючої. Перша передбачає переключення не лише мовного коду, але й коду культури, в яку занурений адресат перекладу, друга – відчужуюча – орієнтується на свідоме введення читача в чужий світ мови, культури та світогляду [1, с. 5].

У той час як перекладач працює з визначеним текстом, письменник має справу з цілою культурою, яка слугує йому метатекстом. Як неможливо відтворити в перекладі без втрат оригінальний текст, так і культуру неможливо повністю представити в літературному тексті. І письменники, і перекладачі є інтерпретаторами: перші – культурного фону, а останні – мовної відповідності та культурного змісту.

Однією з найпитоміших труднощів для перекладача є насиченість тексту реаліями, котрі неможливо відтворити відповідними назвами мови перекладу. Зокрема, у творі С. Рушді «Опівнічні діти» це реалії, що властиві індійській культурі.

Нерідко перекладачі вдаються до приміток та коментарів, аби пояснити реалії оригінального тексту реаліями мови перекладу за допомогою мовних засобів різних рівнів способів категоризації світу і внутрішнього рефлексивного досвіду [1, с. 7]. Українська дослідниця О. О. Селіванова, яка запропонувала нову типологію перекладацьких трансформацій, зауважує, що коментування та примітки можна назвати мегатекстовими згідно з тлумаченням уведеного українською лінгвісткою І. Колегасвою терміна «мегатекст» [2]. Виведення трансформацій за межі тексту визначає вагому інформаційно-компенсаторну функцію мегатексту.

Отже, наше дослідження є *актуальним*, оскільки освітлює питання коментувань та приміток, що є одним з найпоширеніших прийомів компенсації інформації, який дає змогу компенсувати прагматичний вплив на читача.

Метою роботи є проаналізувати мегатекстові трансформації в перекладі роману С. Рушді «Опівнічні діти». *Об'єктом* нашого дослідження є коментарі, примітки та словник художнього твору С. Рушді, а *предметом* – їх відповідність тексту оригіналу.

Складність перекладу роману С. Рушді полягає в тому, що автор занурений в особливу атмосферу місця й часу (Індія та частина Пакистану, магічний реалізм, перший розпал індо-пакистанської війни 1947-48 років). Окрім того, різностороння інтертекстуальність та інтерсеміотичність художнього твору С. Рушді обумовлюють перенавантаження як прецедентними, тобто відомими, зокрема, читачам перекладу персоналіями філософів, політичних діячів, митців, так і існуючими іменами та назвами в етносвідомості індусів. Це вимагає від перекладача коментарів більш широкого плану, тому в кінці книги ним було створено словник із переліком імен та короткими біографічними відомостями про згаданих персоналій.

Складність для перекладача становить насиченість тексту індійськими реаліями, котрі неможливо відтворити відповідними назвами мови перекладу. А. Д. Швейцер називає реаліями одиниці національної мови, що позначають унікальні референти, характерні лише одній лінгвокультурі й відсутні в іншій. [5, с. 12]. Виходячи з таких реалій в оригіналі, перекладач уводить лексеми індійської мови в український переклад, пояснюючи більшість із них в коментарях, примітках та словнику.

У випадках тлумачення реалії (перифрастичного, описового, дескриптивного, експлітивного перекладу) відповідники встановлюються між словом (або фразеологізмом) оригіналу та словосполученням перекладу, що пояснює його зміст [3].

Зазначимо, що відсутність цих слів у словниках, не означає, що вони не вживаються в мовленні, бодай okazіонально. Про це свідчить той факт, що відповідники цих слів можна відшукати, зокрема, в довідкових джерелах. Так, у наведеному нижче фрагменті екзотизм *kabaddi* на позначення індійської гри має український okazіональний транслітерований відповідник *кабадді* (цей відповідник наявний у довідковому джерелі: «кабадді – популярна командна гра в Азії»): *Children play hoop and kabaddi // Діти бавляться з обручем, грають у кабадді.*

За допомогою транслітерованих відповідників перекладено імена індійських національних діячів та міфологічних персонажів. Наприклад, імена *Rama* та *Sita* транскодуються в перекладі без додаткових пояснень та уточнень, адже детальну інформацію про цих персонажів знаходимо в довідкових джерелах (Рама – сьомий канонічний аватара Вішну; Сіта – дружина Рами, персонаж у поемі «Рамаяна», вважається втіленням богині краси Лакшмі: *If Rama himself were alive, would we send him to prison for slaying the abductor of Sita? // Якби сам Рама жив у нашу добу, чи посла- ли б ми його до в'язниці за убивство викра- дача Сіти?* Проте не всі досліджувані одиниці цієї групи мають навіть okazіональні відповідники. Інколи сам перекладач створює відповідник – авторський неологізм – шляхом транскодування. Наприклад, перекладач транскодує екзотизм *channa* як *чана*. При цьому значення слова можна визначити за контекстом та за допомогою тлумачного словника (*channa* – «*indian, chickpeas, especially when roasted and prepared as a snack*»): *Hawkers move through the crowd selling channa and sweetmeats // Вуличні торговці продаються крізь натовп, збуваючи на ходу чана і солодоці.*

Окрім транслітерації, при перекладі екзотизмів, відповідники яких відсутні у словниках, перекладачі також послуговуються таким засобом перекладу, як контекстуальна заміна, хоча це відбувається не дуже часто, тому що в цьому випадку в цільовому тексті перекладач використовує функціональний аналог (тобто одиницю питомої лексики або асимільоване запозичення). Так, у наступних фрагментах перекладач уживає українські функціональні аналоги на позначення індійських національних засобів перевезення пасажирів – *tongas, ikkas* та *gharries*: *It issued from the rumps of the horses between the shafts of the city's many tongas, ikkas and gharries // I він походив не лише від корів, але і з кінських задів, затиснутих між осями численних міських возів, карет, екіпажів.*

С.Рушді змішує елементи різних мов, використовує неологізми та іншомовні слова. Письменник переносить в англійську мову індомовні елементи або модифікує їх відповідно до конкретного контексту, тобто створює власну мовну систему, яка виходить за рамки англійської мови та простого «вкраплення» індійських слів [6]. Це однозначно ускладнює роботу перекладача. Для створення коментарів та приміток перекладач вдається до транслітерації, створення оказіональних відповідників, авторських неологізмів з метою максимальної компенсації культурної інформації. Саме завдяки таким мегатекстовим трансформаціям авторські індійські запозичення сприймаються українським читачем органічно.

Список джерел ілюстративного матеріалу:

1. Рушді С. Опівнічні діти / С. Рушді. — К.:Юніверс, 2007.—703 с.
2. Rushdie S. *Midnight's Children* / Salman Rushdie. — Vintage, 1995. - 637 p.

Список використаної літератури:

1. Селіванова С. О. Мегатекстові трансформації в перекладах з іспанської художньої публіцистики Ф. Г. Лорки // Вісник ЧНУ. — 2015. — №27. — С. 3-10
2. Селіванова О. О. Проблема диференціації перекладацьких трансформацій / О. О. Селіванова // Нова філологія. — 2012. — № 50. — С. 201-208.
3. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир свідомості в мові. Монографічне видання / О. О. Селіванова. — Черкаси : Ю. Чабаненко, 2012.
4. Фролова І. Є. Особливості перекладу екзотизмів постколоніальних літературних творів // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Іноземна філологія. — 2017. — Вип. 85. — С. 37-46.
5. Швейцер А. Д. Переклад та лінгвістика. Перевод и лингвистика / А. Д. Швейцер. М. : Воениздат, 1973. 280 с.
6. Dictionary of Forestry and Wildlife Sciences / Kailash Chandra Bebarra. Concept Publishing Company Pvt. Ltd, 2011.

Науковий керівник: к. філол. н., ст. викладач Коновалова О.В.

Н. М. Лихенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ІТАЛІЙСЬКІ РЕАЛІЇ МАФІОЗНОГО СВІТУ АМЕРИКИ У ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ МАРІО П'ЮЗО "THE GODFATHER"

Проблема перекладацьких трансформацій є однією з ключових у теорії перекладу. Це питання досліджували такі вчені, як Ю. Найда, Л. С. Бархударов, В. С. Виноградов, О. О. Селіванова та багато інших. Досі актуальною проблемою вивчення є лакуни, зокрема реалії, та способи їх перекладу.

За О.О. Селівановою, лакуни – це базові елементи національної специфіки лінгвокультурної спільноти. Вони ускладнюють переклад її текстів і, відповідно, сприйняття їх реципієнтами-носіями інших культур, через відсутність відповідних мовних одиниць різних рівнів. Реалії є лакунами культурного простору, куди включають національні страви, одиниці міри, свята, обряди тощо та лакуни культурного запасу [2]. Адекватний переклад лакун (і, відповідно, реалій) є дуже важливим, зокрема в роботі з художніми текстами, адже за некоректної передачі цієї інформації може бути спотворено сприйняття і розуміння тексту.

Метою нашого дослідження є аналіз передачі слів-реалій у перекладі роману Маріо П'юзо «Хрещений батько».

Актуальність дослідження полягає в необхідності аналізу перекладацьких трансформацій у текстах різних жанрів та різних часів, зокрема твір «Хрещений батько» вважається одним із перших в жанрі гангстерського роману, а отже, робота перекладачів над ним мала важливе значення для наступних перекладів творів цього художнього напрямку.

«Хрещений батько» – гангстерський роман, у якому ідеться про життя одного з найвпливовіших кланів мафії у Нью-Йорку. Мова йде про італійських емігрантів, які мали вижити у чужій країні, тому ці люди створили власне суспільство у суспільстві, і, відповідно, систему в системі. На час перекладу цього твору (а це були 70-ті роки ХХ століття) така тематика була чужою радянському читачеві, але тим не менш, твір мав успіх і на території СРСР [3]. Важливу роль у романі відіграють певні італійські звичаї, порядки, навіть представники різних рангів мафії мають свої посади. Звичайно, радянська культура була далекою від американської чи італійської, тому переклад цих лакун став досить непростим завданням для перекладачів. Крім того, мовлення персонажів, які походили з італійських родин і персонажів-американців у 2, 3 поколіннях відрізнялося. Для того, щоб зберегти цей ефект, перекладачам потрібно було передати певні слова так, щоб вплив на читачів оригіналу та перекладу був максимально відповідним.

Одним із способів перекладу слів-реалій є транскрипція або транслітерація. Цікавим є той факт, що навіть в оригіналі твору автор використовує власне італійські слова і вже потім дає пояснення, наприклад, як у фрагменті “*Hagen was the Don's lawyer and acting **Consigliere**, or counselor, and as such held the most vital subordinate position in the family business. // Хейген працював адвокатом дона, виконував обов'язки «консільйорі», тобто порадника, а отже, посідав найважливіше після самого дона місце в «родинному бізнесі»*”. Як бачимо, у цьому випадку перекладачі дотримались авторської ідеї з тлумаченням реалії, але водночас дещо помилились із прийомом передачі самого слова за допомогою транскрипції або транслітерації. Так, за умови транскрипції з італійської, слово було б «консільєре», транслітерації – «консілієре». Якщо порівнювати з російським перекладом цього фрагменту, де слово помилково було записано «*consigliori*», бачимо, звідки могла взятись подібна помилка.

У романі досить чітко розповідається про італійські мафіозні родини Америки, і посада радника, тобто консільєре (консільйорі в перекладі В.Батюка та О.Овсюка) розкривається більш детально під час опису персонажів. Розповідається і про певні критерії вибору консільєре, які теж є виключно сицилійськими, зокрема: “*Only a Sicilian born to the ways of **omerta**, the law of silence, could be trusted in the key post of Consigliere. // Тільки сицилійцеві, який від народження увібрав у себе правило «омерта» – закон мовчання – можна довірити ключову посаду консільйорі*”. Тут перекладачі успішно застосували прийом транслітерації слова-реалії, залишивши пояснення автора.

Крім вищезазначених особливостей мафіозного світу і його реалій, у тексті підкреслено приналежність героїв до італійського етносу за допомогою інших слів, які не є лакунами, як у наступному фрагменті: “*Because you acted like a **finocchio**. // Ти повівся як ганчірка*.”, де італійське слово *finocchio* (італ. кріп) вжито у значенні «поводитись не як чоловік»[6], але не має пояснення в оригіналі, тому було перекладено способом заміни концепту на більш близький, що забезпечує емотивність мовлення, але не підкреслює особливості мовлення персонажу, який народився і виріс в Італії.

В іншому ж фрагменті спостерігаємо інший спосіб перекладу – транслітерацію: “*Now tell me the trouble you're having with this Hollywood **pezzonovante** who won't let you work. // А менер скажи, яка там у тебе морока з тим голлівудським **пеццонванте**, що не дає тобі роботи...*”. Зазначимо, що в цьому фрагменті перекладачі вдалися до пояснення за допомогою приміток: «Велика персона. Дослівно – пістолет 90 калібра (італ., жарг.)», що допомагає читачеві зрозуміти слово. Крім того, це ще раз показує, що мафія – це окрема культура. Додамо також те, що в оригіналі ніяких пояснень до цих слів немає. Подібне пояснення використовується і

під час перекладу наступного фрагменту: “*What he will propose is an infamita. // Його пропозиція – це infamita.*”, де спостерігаємо транслітерацію та перекладацький коментар: «ганьба, неподобство (італ.)».

Як бачимо, важливість перекладу слів-реалій у художніх творах важко переоцінити. Зокрема, у романі Маріо П'юзо «Хрещений батько» від певних слів залежить загальний образ персонажа та світу мафії в цілому. На нашу думку, перекладачам вдалося передати особливості італійців-емігрантів, їх ієрархію у «родинних» справах, а також особливості їх менталітету. На відміну від оригіналу твору, де значення італійських слів здебільшого не пояснювали, перекладачі українською мовою зробили ці слова максимально зрозумілими читачеві. Отже, можемо вважати переклад вдалим.

Список використаної літератури:

1. Литвин І. М. Перекладознавство. Навчальний посібник / І. М. Литвин. – вид.2, допов. – Черкаси : видавець Ю. А. Чабаненко, 2014. – 192с.
2. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. Монографічне видання / О. О. Селіванова. – Черкаси : Ю. Чабаненко, 2012. – 488 с.
3. Овсюк. О. Спогад з історії створення українського перекладу «Хрещеного батька» Маріо П'юзо мови [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: www.vsesvit-journal.com/old/content/view/915/41

Список словників:

4. Академічний тлумачний словник української мови [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <http://sum.in.ua>.
5. Oxford Dictionaries [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://en.oxforddictionaries.com>
6. Urban Dictionary [Електронний ресурс]. Режим доступу: URL: <https://www.urbandictionary.com>

Список ілюстративних джерел:

7. Puzo M. The Godfather : A Novel / Mario Puzo. – New York : Signet, 1983. – 576 p.
8. П'юзо М. Хрещений батько : роман / Маріо П'юзо : пер. з англ. В. Батюка, О. Овсюка. – Харків : Книжковий клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2017. – 480 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Рибалка Н.С.

І.В. Луценко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ДЕМІНУТИВИ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ С. КОЛЛІНЗ «HUNGER GAMES»

Антиутопію «Hunger Games» Сюзанни Коллінз визнали фантастичною та вартою уваги кожного найпопулярніші автори століття, а саме Стівен Кінг [4] та Стефені Маєр [5], що, безперечно, засвідчило необхідність перекладу і для українського читача. На нашу думку, перекладач Уляна Григораш вдало впоралась із поставленим завданням та підготувала для українців адаптований текст, зберігаючи при цьому реалії світу, який створила Сюзанна Коллінз. Проте, ми звернули увагу на доволі велику кількість пестливих слів і словосполук, не притаманних оригіналу тексту, і вирішили дослідити причину їхньої появи, а також переконатись чи дійсно вони необхідні у тексті перекладу для адекватного сприйняття читачем. Саме це і стало метою нашої роботи. Актуальність роботи полягає у необхідності вивчення принципів залучення системних особливостей мови перекладу (на прикладі демінутивів) і виявлення їхнього функціонального навантаження для досягнення адекватності перекладу. Для української мови вживання демінутивних формантів є досить показовим явищем, що зумовлено особливостями національно-психологічного складу носіїв мови, зокрема такими домінантними рисами українців, як емоційність, ніжність, лагідність, ліризм [1].

Демінутивність в англійській мові – одна з суперечливих проблем, яка привертає увагу вітчизняних та зарубіжних учених. Л. І. Корунець стверджує, що демінутивність – лексико-граматична категорія, яка є одним із важливих засобів вираження експресивності та оцінності, а К. П. Шнайдер вважає, що демінутив не є виключно морфологічним явищем, для повного розуміння якого необхідно проаналізувати його формальні та функціональні аспекти; що його слід розглядати у контексті [3].

У тексті оригіналу трапляються демінутиви, лагідні форми слів, наприклад:

tiny Rue (7, с. 167)// *крихітна Рута* (6, с. 178);

take tiny bites of the bread (7, с. 235)//з'їм кілька *шматочків хліба* (6, с. 247).

Проте вони трапляються дуже рідко і не є характерними для стилю письменниці. А в тексті перекладу їх доволі багато, наприклад:

her body (7, с. 228)//її *тільце* (6, с. 240);

her arms (7, с. 34)//її *ручєнята* (6, с. 38);

the wood (7, с. 209)//*гілочки* (6, с. 220);

a million stars (7, с. 192)//мільйони *зірочок* (6, с. 202).

Емоційна оцінка тісно пов'язана з почуттями, оскільки виражає авторське ставлення до предмета висловлювання [2], а в нашому випадку — перекладацьке. Проте, чи не забагато їх? Чи не змінює перекладач стиль авторки та враження, які отримує читач під час прочитання твору?

Однією з причин появи пестливих слів у перекладі ми вважаємо бажання Уляни Григораши передати дбайливе ставлення головної героїні до молодшої сестри Прим та дівчинки Рути, створити атмосферу ніжності, турботи, тепла, любові, підкреслюючи їхній особливий зв'язок, який стає зрозумілим під час прочитання книги. Наприклад:

seeking Prim's warmth (7, с. 3)//*шукаючи тепла, яке завжди випромінювало тільце Прим* (6, с. 6);

curled up on her side (7, с. 3)//*лягла на бочок* (6, с. 6);

she must have had bad dreams (7, с. 3)//*мабуть, сестричці наснився кошмар* (6, с. 6);

with her hollow cheeks (7, с. 28)//*із запалими щічками* (6, с. 33).

Також у творі трапляються прикметники *little* та *tiny*, які актуалізують денотативне значення *малий за розміром* та перекладаються Уляною Григораши подвійними демінутивними утвореннями, наприклад:

My little sister, Prim (7, с. 3)//*Моя маленька сестричка* (6, с. 6);

a little girl (7, с. 202)//*маленька дівчинка* (6, с. 213);

Низка перекладознавців вважають, що переклад іноді призводить до “зубожіння, збіднювання” тексту, що виражається у лексичних втратах, заміні виразів та засобів, порушенні ритму [3]. Саме тому іноді трапляються випадки, коли в оригіналі демінутиви відсутні, а в українському перекладі — присутні, наприклад:

they make their clothes from jewels (7, с. 120)//*моя сукня була повністю вкрита блискучими камінями* (6, с. 129);

her pointy shoes (7, с. 46)//*своїми гостроносими черевичками* (6, с. 51);

Такі трансформації можна пояснити компенсуванням інших стилістично нейтральних лексем за допомогою демінутивів та особливістю національно-психологічного складу носіїв української мови.

Також, доволі часто Уляна Григораши використовує демінутиви, щоб охарактеризувати розміри та об'єми, що властиво українській мові, що є прикладом експресивних трансформацій без домішки емотивної чи оцінної, наприклад:

a bottle of iodine (7, с. 152)//*пляшечка йоду* (6, с. 162);

one thin black sleeping bag (7, с. 151)//*тоненький чорний спальний мішок* (6, с. 162);

head upstream (7, с. 203)//*вгору паралельно потічку* (6, с. 213);

I have plenty of leaves (7, с. 203)//*у мене з собою достатньо листочків* (6, с. 213);

a handful of nuts (7, с. 236)//*жменьку горішків* (6, с. 248).

Отже, зіставлення тексту-оригіналу роману Сюзанни Коллінз “Hunger Games” з українським перекладом авторства Уляни Григораши, дає можливість зробити висновок, що існують деякі невідповідності, коли у перекладі залучено демінутиви українською мовою. Це можна пояснити аналітичним характером англійської мови та особливостями національно-психологічного складу носіїв української мови. Проте, на нашу думку, перекладачка майстерно впоралась зі своєю роботою та вдало передала позитивні демінутивні конотації першотвору, підкреслила дбайливе, тепле ставлення головної героїні до інших героїв твору, а також,

компенсувала зuboжіння тексту використанням демінутивних лексем замість нейтральних. Перекладачка зуміла зберегти структуру оригіналу, його емотивність і психологізм та донести його до україномовного читача.

Список використаної літератури:

1. Беркешук І. Демінутивні утворення у повісті Володимира Лиса «Століття Якова» / І. Беркешук // Науковий часопис НПУ імені Н.П. Драгоманова. Серія 8. Філологічні науки (мовознавство). — 2012. — Вип. 4. — С. 42-48

2. Каленюк С. Демінутиви та аугментативи у творчості Уласа Самчука / С. Каленюк // Інформаційні технології в освіті. — 2008. — № 8. — С. 247-251.

3. Мінцис Е. Особливості перекладу демінутивів з англійської мови на українську (на матеріалі літературної казки Р. Дала "Матильда" та її перекладу) / Е. Мінцис // Науковий вісник Чернівецького університету. Германська філологія. — 2015. — Вип. 740-741. — С. 134-137

4. The Hunger Games [Електронний ресурс] : Stephen King / Entertainment — 2008. — Режим доступу: <https://ew.com/article/2008/09/08/hunger-games/>

5. The Hunger Games by Suzanne Collins - review [Електронний ресурс] : Tjala / The Guardian — 2011. — Режим доступу: <https://www.theguardian.com/childrens-books-site/2011/aug/14/review-hunger-games>

Список джерел ілюстративного матеріалу:

6. Коллінз С. Голодні ігри / Сюзанна Коллінз. — Київ : Країна Мрій, 2010. — 384 с.

7. Collins S. Hunger Games / Suzanne Collins. — Scholastic Corporation, 2008. — 374 p.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Рибалка Н.С.

І. О. Назаренко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ГРАМАТИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ Б. ПРУСА «LALKA»

Метою нашого дослідження є аналіз граматичних трансформацій в українському перекладі роману Б. Пруса «Lalka», виконаного Степаном Ковганюком.

Варто зазначити, що у перекладознавстві існують різні типології перекладацьких трансформацій: Я. Й. Рецкера, Л. К. Латишева, Р. К. Міньяр-Белоручев, В. С. Виноградова, Л. С. Бархударова, В. Н. Комісарова, О. Д. Швейцера, О. О. Селіванової та ін. У нашому дослідженні ми використовуємо нову класифікацію трансформацій О. О. Селіванової, яка поділяє перекладацькі трансформації на формальні та формально-змістові. У свою чергу серед формально-змістових трансформацій О. О. Селіванова виділяє формально-змістові трансформації з прагматичним компонентом [2, 458]. Трансформації діляться в залежності від мовного рівня: фонетичні, лексичні, граматичні (морфологічні та синтаксичні) тощо.

До граматичних трансформацій на морфологічному рівні відносять: категорійні та частиномовні заміни, заміни морфологічних засобів лексичними, транспозицію числа, часу, способу дії і т. ін. [2, 460-461].

В українському перекладі роману Б. Пруса «Lalka» трапляється значна кількість перекладацьких трансформацій на морфологічному рівні, що пояснюється системними розбіжностями української та польської мов. Наприклад, заміна числа:

W początkach roku 1878... // На початку 1878 року... Множина оригіналу замінена у перекладі однією.

...równie dużo mówiono o uzbrojeniach Anglii... // ...так само часто говорилось про озброєння Англії... Крім зміни числа (множини на одину), змінюється також відмінок. Іменник *o uzbrojeniach*, що в оригіналі вживається у місцевому відмінку множини, в перекладі переданий іменником *про озброєння* у знахідному відмінку однини.

Часто іменники в українській та польській мовах виступають з різними показниками роду:

...*wielki czarny kałamarz*... // ...*велика чорна чорнильниця*... Слово *kałamarz* у польській мові – іменник чоловічого роду, який в українському перекладі замінений на іменник жіночого роду *чорнильниця*, що зумовило зміну роду не тільки іменника, а й узгодженого з ним прикметника.

Перекладач роману Б. Пруса «Lalka» використовує частиномовні заміни:

Na *nim* *wielki czarny kałamarz wraz z wielką czarną piaseczniczką*... // На *столі* – *велика чорна чорнильниця з великою чорною пісочницею*... Особовий займенник *on* у місцевому відмінку однини замінений на іменник *стіл*, що, на нашу думку, було недоцільно, тому що це слово вже було використано в попередньому реченні як автором, так і перекладачем: *Pod oknem stał ten sam czarny stół*... // Під вікном стояв той самий стіл...

Zatopieni w kłębach dymu cygar i pochyleni nad butelkami z ciemnego szkła, obywatele tej dzielnicy... // Огорнені густим сигарним димом, *схилившись* над пляшками з темного скла, мешканці цього кварталу... Прикладом частиномовної заміни є заміна дієприкметника пасивного стану (imiesłowa przymiotnikowego biernego) *pochyleni* у чоловічому особовому роді називного відмінка множини дієприслівником *схилившись*, таким чином змінюючи дієприкметниковий зворот на дієприслівниковий зворот у реченні.

...*gdzie na wieczorną przekąskę zbierali się właściciele składów bielizny i składów win*... // ...*куди вечорами сходились винити й закусити* власники магазинів білизни та винних погребів... Іменник *przekąska* в українському перекладі замінений інфінітивами *винити й закусити*.

...*gdzie na wieczorną przekąskę zbierali się*... // ...*куди вечорами сходились*... Прикметник *wieczorna* в українській мові замінений на прислівник *вечорами*.

...*kiedy świat polityczny zajmował się pokojem San-Stefańskim*... // ...*коли політичний світ був зайнятий Сан-Стефанським миром*... У цьому фрагменті дієслово *zajmował się*, яке позначає третю особу однини чоловічого роду минулого часу, що в цьому реченні є простим дієслівним присудком, передається в перекладі конструкцією *був зайнятий*, яка виконує функцію складного присудка.

Для польської мови не характерне вживання особових займенників таких, як *ja, ty, tu, wy, on, ona, ono, oni, one*; на особу вказує закінчення дієслова. Тому в українському перекладі займенники, що відсутні в оригіналі – додаються:

Rano budził się zawsze o szóstej... // *Вранці він прокидався завжди о шостій*... У цьому фрагменті дієслово *budził się*, яке має значення однини чоловічого роду минулого часу, та виконує функцію головного члена речення, передається займенником із дієсловом *він прокидався*, що виконують функцію підмета і присудка відповідно.

На синтаксичному рівні виокремлюють такі перекладацькі трансформації: заміни словосполучення словом і навпаки, заміни синтаксичного зв'язку у словосполученнях і реченнях, членування речень, об'єднання речень, вилучення мовних одиниць і конструкцій, додавання мовних одиниць і конструкцій та перестановки. Такі синтаксичні трансформації в польсько-українському перекладі зазвичай мають формальний характер [див.: 1, 118-119].

У перекладі роману трапляються такі синтаксичні трансформації як членування речень: *Jest niedziela, szkaradny dzień marcowy; zbliża się południe, lecz ulice Warszawy są prawie puste* // *Неділя. Паскудний березневий день. Незабаром полудень, а варшавські вулиці майже безлюдні*.

У цьому ж реченні присутнє вилучення мовної одиниці: *Jest niedziela*... // *Неділя; ...są prawie puste*... // ...*майже безлюдні*... Це пов'язано з особливістю польської граматики, зокрема, у польській мові в подібних випадках завжди має уживатися дієслово *jest (są)*, а в українській мові воно в теперішньому часі опускається.

Також доволі часто у польсько-українському перекладі трапляються перестановки:

Później jednak część majątku pochłonęły zdarzenia polityczne, resztę – podróże po Europie i wysokie stosunki. // *Проме пізніше частину маєтку поглинули політичні події, а решту – подорожі по Європі та великосвітське життя*. У цьому фрагменті відбулася перестановка таких членів речення як: *Później jednak*... – *проме пізніше*..., ...*zdarzenia polityczne*... – ...*політичні події*...

Трапляється також заміна слова словосполученням в перекладі:

...gdzie na wieczorną **przekąskę** zbierali się właściciele składów bielizny i składów win... // ...куди ввечорами сходились **winiutu i zakusiti** власники магазинів білизни та винних погребів... У цьому прикладі відбулася заміна слова **przekąskę** словосполученням **winiutu i zakusiti** з модифікацією змісту. Це відбулося тому, що слово **przekąska** у польській мові має значення: 2. zwykle w lm «wędlina, ryba itp. podawana przed obiadem czy kolacją lub do wódki (ковбаса, риба і т. ін., що подається перед обідом чи вечерею, або до горілки)» [4, 774], в українській мові слово **winiutu** означає: «Вживати алкогольні напої, мати схильність до них» [3, т. 1, с. 450.], а **zakusiti** означає: «закушувати» [3, т. 3, с. 176.]; «Заїдати що-небудь випите (вино, горілку і т. ін.) або з'їдене» [3, т. 3, с. 178.].

Таким чином, найчастіше серед граматичних трансформацій в українських перекладах польських творів трапляються категорійні заміни (заміни у перекладі роду, числа, відмінка, часу, стану) та частиномовні заміни, а також членування речень, додавання та вилучення лексичних одиниць, що пояснюється особливостями граматичних систем української та польської мов. Зазвичай такі граматичні трансформації носять формальний характер, тобто змінюється форма, а незмінним залишається зміст.

Список використаної літератури:

1. Литвин І. М. Перекладознавство. Навчальний посібник / І. М. Литвин. – Вид. 4-те, допов. – Черкаси : видавець Ю. А. Чабаненко, 2018. – 240 с.
2. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. Монографічне видання / О. О. Селіванова. – Черкаси: Ю. Чабаненко, 2012. – 488 с.
3. Словник української мови. В 11 т. – К. : Наукова думка, 1970 – 1980.
4. Nowy słownik poprawnej polszczyzny PWN / pod red. A. Markowskiego. – Wydanie drugie, 4 dodruk. – W. : Wydawnictwo naukowe PWN SA, 2003. – 1786 s.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Литвин І. М.

В. О. Палій

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МІЖМОВНІ СИНОНІМИ В ОРИГІНАЛІ ТА ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ М. БУЛГАКОВА «МАЙСТЕР І МАРГАРИТА»

Метою нашої розвідки є аналіз міжмовних синонімічних відповідників в українському перекладі роману М. Булгакова «Майстер і Маргарита».

Умовно виділяємо три групи синонімічних відповідників в оригіналі та перекладі. Перша група міжмовних синонімів в оригіналі та українському перекладі роману М. Булгакова «Майстер і Маргарита» представлена міжмовними синонімами-дублетами, які Я. Рецкер кваліфікує як еквіваленти [3, 11]. В. Виноградов такі відповідники називає прямими, традиційно усталеними словниковими еквівалентами, які на міжмовному рівні можна кваліфікувати як повні міжмовні синоніми [2, 83]. О. Селіванова відносить їх до лексичних формальних трансформацій, за яких змінюється форма, а незмінним залишається зміст – «формальні синонімічні трансформації на лексичному рівні в перекладі представляють словникові відповідники лексем, що отримують в мові перекладу однаковий із вихідною мовою семний набір» [4, 458].

У перекладі роману Михайла Булгакова «Майстер і Маргарита» Юрій Некрутенко часто застосовує формальні трансформації – абсолютні міжмовні синоніми:

– *А он сказал, что деньги ему отныне стали **ненавистны**, – объяснил Иешуа странные действия Левия Матвея... // – А він сказав, що віднині гроші стали **ненависні** йому, – пояснив Іешуа дивні вчинки Левія Матвія...*

В оригіналі та перекладі вжито міжмовні синоніми-дублети: *ненавистный* – «внушающий злобу, отвращение, ненависть» [5]; *ненависный* – «який виражає ненависть, огиду до кого-, чого-небудь» [6].

– *А то выходит по твоему **рассказу**, что он действительно родился!..*

// А то выходит из твоєї розповіді, що він справді народився...

Перекладач замінює російську лексему *рассказ* – «словесное описание, изложение каких-н. событий» українським синонімом *розповідь* – «усне, словесне повідомлення про когонебудь, що-небудь» – ці відповідники також абсолютні міжмовні синоніми.

– Нет ни одной восточной религии, – говорил Берлиоз // – Нема жодної східної релігії, – говорив Берліоз.

За даними двомовного словника російської й української мов: *восточный* – «имеющий отношение к религиям» [5] // *східний* – «має відношення до східного світосприйняття, релігії» [7]; *говорит* – «выражать устной речью какие-нибудь мысли, устно сообщать что-то» [5] // *говорити* – «Усно висловлювати думки, погляди; розповідати про що-небудь» [6].

Таким чином, перекладач доволі часто застосовує формальні трансформації – абсолютні міжмовні синоніми – словникові прямі відповідники, які в обох мовах мають тотожне значення.

Друга група міжмовних синонімів представлена міжмовними відносними синонімами (В. Виноградов). За О. Селівановою, формально-змістові трансформації на лексичному рівні в перекладі представляють словникові відповідники лексем, що отримують в мові перекладу неоднаковий із вихідною одиницею семний набір, актуалізований контекстом повідомлення [4, 459]. Р. Міньяр-Белоручев такі трансформації кваліфікує як синонімічні заміни:

Берлиоза охватил сильный страх...// Берліоза охотив великий страх...

Перекладач вдало використав синонімічну заміну *сильный* // *великий*. Обидва синоніми мають місце в двох мовах: *сильный* – 4 ЛСВ: «Значительный (по величине, степени)» [5]; *великий* – «Значний своїми розмірами, величиною» [6].

... Брови черные, но одна выше другой. Словом – иностранец // ... Брови чорні, але одна вища за другу. Словом – чужоземець.

Пор. словникові значення: *иностранец* – «Лицо, принадлежащее к гражданам чужой страны» [5] // *чужоземець* – «Людина родом з чужих земель, представник чужої країни, держави» [6]. Ці композити мають різну мотивацію у двох мовах: *иностранец* – ‘с иной страны’; *чужоземець* – ‘з чужої землі’.

... шофер опять вклеил непечатные слова, – а червонца нету. Вчера в этом Варьете (непечатные слова) какая-то гадюка – фокусник сеанс с червонцами сделал (непечатные слова) //... шофер знову вклеїв нецензурні слова. – А червінця немає. Вчора в цьому Вар’єте (нецензурні слова) якась гадина-фокусник сеанс з червінцями зробив (нецензурні слова)...

Семантичні синоніми функціонують в російській та українській мовах з такими значеннями: *непечатный* – «Недопустимый в речи или печати по непристойности» [5] // *нецензурный* – «Який не відповідав вимогам цензури, заборонений нею» [6].

Третю групу міжмовних синонімів складають синонімічні відповідники, які відрізняються оцінно-емотивними, експресивними та функціонально-стилістичними відтінками значень, тож О. Селіванова виокремлює у конотативному плані оцінно-емотивні, експресивні та функціонально-стилістичні трансформації [4].

Функціонально-стилістичні трансформації представлені втратою або виникненням в перекладному тексті функціонально-стилістичного забарвлення мовних одиниць. У перекладі роману М. Булгакова «Майстер і Маргарита» перекладач використовує стилістично марковані слова, замінюючи нейтральні слова оригіналу:

Даю сдачи три рубля. Ушел! Я полез в кошелек, а оттуда пчела – тят за палец! Ах ты!... // Даю решти три рублі. Пішов. Я поліз у гаман, а звідти бджола – як штигоне у палець! Ах ти!...

Нейтральне (міжстильове) слово *кошелек* – «Небольшая сумочка для денег» [5] у перекладі замінено застарілим словом *гаман* – «Шкіряна сумочка для грошей» (за даними російсько-українського словника: *кошелек* – «гаманець; гаман (заст.)» [6]).

Офіційно-ділову лексику – різновид книжної лексики, що вживається в діловій переписці, офіційних документах – перекладач замінив нейтральною лексикою: *Утром в пятницу, то есть на другой день после проклятого сеанса, весь наличный состав служащих*

*Варьете смотрел на то, что делается под стеною Варьете... // Уранці в п'ятницю, тобто наступного після проклятого сеансу дня, усі присутні службовці Вар'ете дивились на те, що діється під стіною Вар'ете... Відповідники функціонують в російській та українській мовах з такими значеннями: *наличный (состав)* – «Имеющийся налицо, в наличности» [5]; *присутні* – «Який перебуває в якому-небудь місці в певний час; протилежне відсутній»; *наличный (состав)* – «(наличный) наявний, (присутствующий) присутній» [6].*

Таким чином, щоб зберегти семантику та форму, денотативну, конотативну, стилістичну, культурну та прагматичну інформацію текстів оригіналу та перекладу, Ю. Некрутенко застосував формальні синонімічні трансформації (міжмовні синонімічні еквіваленти) та формально-змістові синонімічні трансформації у денотативному плані – міжмовні відносні (семантичні) синоніми; у конотативному плані – міжмовні стилістичні синоніми.

Список використаної літератури:

1. Литвин І. М. Перекладознавство. Навчальний посібник / І. М. Литвин. – Вид. 4-те допов. – Черкаси: видавець Ю. А. Чабаненко, 2016. – 218 с.
2. Виноградов В. С. Перевод: общин и лексические проблемы. Учебное пособие / В. С. Виноградов. – 3-у изд., перераб. – М.: КДУ, 2006. – 240 с.
3. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика / Я. И. Рецкер. – М.: В. Валент, 2004. – 240 с.
4. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. Монографічне видання / О. О. Селіванова. – Черкаси: Ю. Чабаненко, 2012. – 418 с.
5. Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка / Д. Н. Ушаков. – М.: «Аделант», 2013. – 800 с.
6. Словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sum.in.ua>
7. Словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrlit.org>

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Литвин І. М.

Є. А. Плита

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ВЛАСНИХ ІМЕН В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ КАЗКИ Р. ДАЛА «ЧАРЛІ ТА ШОКОЛАДНА ФАБРИКА»

Роль художньої літератури в житті сучасного суспільства є надзвичайно важливою. Переклад творів набуває особливої ваги, оскільки дає можливість ознайомитися з творчими надбаннями письменників, які належать до різних культур та традиції. Переклад художньої літератури – складний вид роботи, що передбачає володіння особливими вміннями та навичками. Для створення адекватних художніх текстів мовою перекладу необхідно ретельно відбирати мовні засоби та вміло використовувати перекладацькі трансформації [4, 67].

Актуальність нашого дослідження обумовлена зростанням популярності художньої літератури в жанрі фентезі, до якого належить казка Р. Дала «Чарлі та шоколадна фабрика». У таких творах створений фантазією автора чужий світ поступово стає для читача своїм, тобто відбувається вторгнення авторського світогляду в ментальний світ читача. Це досягається завдяки продуманому відбору різних мовних засобів, особливостям їхнього індивідуально-авторського використання та численним запропонованим читачу ігровим маскам [5, 159].

Метою статті є аналіз способів відтворення власних імен в українському перекладі казки Р. Дала «Чарлі та шоколадна фабрика».

У перекладознавстві традиційно переклад власних назв та імен відбувається шляхом використання транскрипції, транслітерації, фонографічної заміни за традицією та їхньої комбінації, які професор О. О. Селіванова відносить до фонографічних трансформацій [3, 70].

При перекладі імен перекладач В. Морозов часто вдається до використання транскрипції – формального пофонемного перетворення вихідної лексичної одиниці за допомогою фонем мови перекладу [1, 220]: *Grandpa Joe and Grandma Josephine on this side, Grandpa George and Grandma Georgina on this side (1, 8) // Дідунь Джо та бабуся Джозефіна лежали з одного*

кінця, а дідусь *Джордж* та бабуня *Джорджина* – з другого (2, 8). У цьому фрагменті перекладач здійснює пофонемну заміну в іменах *Joe* / *Джо*, *George* / *Джордж*, *Georgina* / *Джорджина*. В українському перекладі імені *Josephine* ['dʒəʊzɪfɪ:n] / *Джозефіна* з'являється закінчення **-а**.

Одразу до декількох трансформацій на фонетичному рівні вдається перекладач при перекладі імені *Augustus Gloop*. Ім'я *Augustus* [ɔ:'gʌstəs] / *Августус* перекладається з допомогою фонографічної заміни за традицією, а *Gloop* [glu:p] / *Глуп* – транскрипції у поєднанні з традиційною заміною англійської приголосної **g** українською **г**. Слід зауважити, що іменник *gloop* у читачів оригіналу викликає негативні емоції, оскільки має значення «any thick liquid or sticky substance» [6], що українською мовою означає «безформна речовина». Автор казки дав герою таке ім'я, щоб зробити його образ яскравішим. Ця додаткова конотація у перекладі була втрачена.

Подібна ситуація простежується і у наступному фрагменті. У тексті оригіналу неслухняну дівчинку звати *Veruca Salt*. При перекладі цього імені використовується транскрипція – *Верука Солт*. Українською мовою *verruca* означає «бородавка», а *salt*, окрім прямого відповідника «сіль», має також значення «бувалий, їдкий, дошкульний». Письменник використовує це ім'я, щоб краще охарактеризувати вередливу набридливу героїню, яка полюбить перебувати в центрі уваги. При перекладі це емоційне забарвлення було втрачено.

Особливої уваги заслуговує наступний фрагмент, в якому перекладач вдається до перекладу власного імені, завдяки чому він досягає такого ж прагматичного впливу на читачів перекладу, що і автор казки на читачів оригіналу. Ім'я героя *Mr Prodnose* утворене поєднанням двох слів: дієслова *to prod* зі значенням «to push something or someone with your finger or with a pointed object» [6] та іменника *nose* зі значенням «the part of the face that sticks out above the mouth, through which you breathe and smell» [6], відповідниками яких в українській мові є дієслово *тицяти* та іменник *ніс*. Перекладач В. Морозов адаптує це ім'я до українського читача та утворює неологізм *Тицьніс*. Обрана перекладачем трансформація є вдалою, оскільки завдяки їй зберігається емоційний вплив на читача та увиразнюється образ допитливого персонажа. Окрім того, перекладачеві вдалося досягти комічного ефекту, що є важливим для дитячої літератури.

Після аналізу способів відтворення власних імен в українському перекладі казки Р. Дала «Чарлі та шоколадна фабрика» зазначимо, що переклад антропонімів потребує використання ретельно продуманих перекладацьких трансформацій, які б дали можливість зберегти додаткові конотації, характерні для імен в оригіналі. При перекладі власних імен перекладач найчастіше вдається до транскрипції та поєднання декількох трансформацій на фонетичному рівні. Проте особливої уваги заслуговує створення перекладацьких неологізмів, завдяки яким вдається передати емоційне забарвлення імен в оригіналі.

Список використаних джерел:

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение / И. С. Алексеева. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Академия, 2004. – 352 с.
2. Латышев Л. К. Курс перевода (эквивалентность перевода и способы ее достижения) / Л. К. Латышев. – М.: Международные отношения, 1981. – 248 с.
3. Литвин І. М. Перекладознавство. Науковий посібник / І. М. Литвин. – Черкаси : Видавництво Ю. А. Чабаненко, 2013. – 180 с.
4. Кияк Т. Р., Науменко А. М., Огуй О. Д. Теорія і практика перекладу / Т. Р. Кияк, А. М. Науменко, О. Д. Огуй. – Вінниця: Нова книга, 2006. – 592 с.
5. Щирова І. А. Многомерность текста: понимание и интерпретация / И. А. Щирова. – СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. – 472 с.
6. Cambridge Dictionary [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dictionary.cambridge.org>.

Список ілюстративного матеріалу:

1. Дал Р. Чарлі та шоколадна фабрика / Пер. з англ. В. Морозов / Р. Дал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://aelib.org.ua/texts/dahl_charlie_and_the_chocolate_factory_ua.htm.
2. Dahl R. Charlie and the Chocolate Factory / R. Dahl [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://english4success.ru/upload/books/1268.pdf>.

Науковий керівник: к. філол. н. Сторчеус С. В.

ОБРАЗНІ ЗАСОБИ ПОЕЗІЇ Е. ДКІНСОН У ПОЕТИЧНОМУ ПЕРЕКЛАДІ

Переклад поезії – один із важливих засобів збагачення скарбниці національних літератур. Американська література подарувала світові чимало видатних письменників. Серед них помітне місце посідає Емілі Дікінсон – душа американської поезії.

Відмінність прозового і поетичного твору стосується структури твору загалом, тобто структурна одиниця в прозі – це повністю розгорнута думка, виражена повним реченням, а в поезії структурною одиницею є радше часто вживаний мотив, зазвичай виражений за допомогою образу. Це сприяє зростанню самостійного значення менших, ніж у прозі, уривків, і ослабленню функціональних зв'язків всередині речення. Тому поезія вимагає багато уваги до образу й відчуття слова.

Е. Дікінсон по-філософськи осмислювала красу природи, сенс часу, життя і смерті. Її твори здебільшого персоналізовані й мають наративний характер. У її поезії образи реального життя і прекрасної природи переплітаються з образами позамежного світу й філософськими думками про сенс буття. Образи природи, життя, смерті й безсмертя в її творах завжди перебувають поруч. Складається враження, що думка поетеси біжить уперед, а перо не встигає за нею. Її поезія – це згусток енергії, згусток метафор, які зрозуміти їх непросто.

Характерною рисою перекладів Д. Павличка з Емілі Дікінсон є послідовне посилення в них чоловічого начала. Тут перекладач виступає заручником свого власного ідіюстилю. Як то не парадоксально, найбільшою мірою це проявилось в рідкісному для аскетичного доробку американської поетеси взірцеві пристрасної любовної лірики – вірш № 249: *Wild Nights – Wild Nights! // Were I with thee // Wild Nights should be // Our luxury! // Futile – the Winds // To a Heart in port – // Bone with the Compass – // Done with the Chart! // Rowing in Eden – // Ah, the Sea! // Might I but moor – Tonight – // In Thee.* [1, 330]

В цій поезії, написаній у ключі «морської образності», поетеса чи не єдиний раз у своїй творчості зізналася у своїх почуттях до людини, яку вона кохала суто платонічною любов'ю – місцевого священика Чарльза Водсворта. Ось як це звучить у Д. Павличка: *О дикі ночі // У шумі вод! // Ті дикі ночі – // Наш клейнод! // Душа – на морі – // Буревій // Та не потрібен // Компас їй // Цієї ночі // По плавбі // Я кину якір // У тобі.* [2, 56]

Цей переклад, на жаль, є дуже віддаленим переказом змісту вірша, з досить вільним ставленням до його образів. У перекладі поетеса (жінка!) прагне «кинути якір» в улюбленому «порту»! Перекладач, очевидно, випустив із уваги, що «якір кидають» мужчини! Відтворюючи центральний для цього твору образ поєднання з коханою людиною – «швартування» (moor) – український тлумач запропонував свій варіант, у якому відповідна строфа звучить так: *В плаванні – в пошуках // Райського неба – // Пришвартуватись би // В Ніч цю – до Тебе!* [Там само].

Програмний вірш поетки «I died for Beauty» Д. Павличко переклав від імені чоловіка: *Я за красу помер але // В могилі сам лежу....* Перекладача, очевидно, спантеличило означення «брати», яким поетка називає себе, хто «вмер за красу», і свого уявного співрозмовника, який «помер за правду». Однак в оригіналі там ужито не «brothers», а «brethren», що має релігійний відтінок і означає не рідних по крові, а близьких по духу людей. Свого часу на цьому слові спіткнувся перший перекладач цього твору російською мовою Михайло Зенкевич, який у своєму перекладі вжив словосполучення *Мы братья и друзья* [3, 970]. Відомий перекладач-діаспорянин Олег Зуєвський пішов іншим шляхом, у нього лірична героїня цього вірша так звертається до свого потойбічного друга: *Тож ти – сестра моя!* [4, 148]. Російська перекладачка Олена Калявіна стала на шлях компромісу: в її інтерпретації герої розмовляють між собою *Как брат с сестрою* [5, 152].

У 182-му вірші, що починається словами “If shouldn’t be alive” є незвичайне словосполучення “Granite lip” (дослівно: «гранітною губою»): *You will know I’m // Trying // With my Granite lip!* [1, 154]

У російському перекладі цього вірша В. Маркової воно відтворено так: *Знайте – что силюсь // вымолвить // Губами гранитной плиты* [6, 124]

А М. Стріха переклав це образне словосполучення у такий спосіб: *Знайте – силяться // мовити // Губи мої кам’яні* [2, 123]

Смислові синтагми «губами гранитной плиты», «губи мої кам’яні» в поетичному тексті набувають зовсім іншого лексичного значення, яке тільки частково збігається із загальноприйнятим. Губами, язиком вимовляють звуки, що формують слова, речення, тексти. У перекладі В. Маркової вислів *губами гранитной плиты* сприймається як напис на плиті, епітафія. Однак у вірші Е. Дікінсон епітафія є не посланням чи спогадом, відгуком живих про померлу, навпаки – посланням від померлої до живих. Саме тому образ *губы* втрачає тут реальне значення і набуває містичного характеру. Образ гранітної плити усвідомлюється як річ, що більше належить до нашого світу, це нейтральний вислів, натомість «надгробок» є річчю, ближчою до потойбічного світу, своєрідними «воротами» до нього. Але це аналіз перекладу, проте в оригіналі представлено інший вислів – *my Granite lip*, тобто *моєю гранітною губою*. Знання метафрази (дослівного перекладу) дає можливість уявити образ ліричної героїні, що вже полишила цей світ – “If I shouldn’t be alive” – але поки що перебуває не за «воротами» іншого світу, а на межі двох світів, тому їй відомі таємниці обох: *If I shouldn’t be alive // When the Robins come, // Give the one in Red Cravat, // A Memorial crumb* [1, 154]

Лірична героїня прагне розкрити таїну буття цього світу, бо вже пройшла його і таїну того, позамежного світу, бо вже побачила його. Її межеве, медіальне становище увиразнюється в зіткненні двох елементів: “Grantie” і “lip” і розкриває значення вислову “Memorial crumb” («поминальних крошек горсть»). У перекладі В. Маркової його значення передається прямо, деметафоризовано, на відміну від оригіналу, де смисл закодовано. В перекладі М. Стріхи сакральності крихт не збережено. Лірична героїня просить насипати поминальні крихти у червону краватку вільшанкам, коли ті прилетять.

Вдалішим у цьому плані, на нашу думку, є переклад В. Кикотя: *Коли умру я й прилетить // Червоногрудий гість, // Крихот насипте, нехай він // За милостиню з’їсть*. [7, 93]

Кожен із цих елементів структури поетичного тексту в окремій позиції за його межами належить до апелятивної лексики й не виявляє ознак належності до містичного світу. Прийом онімізації апелятивів “Red Cravat”, “Robins”, “Granite” і “Memorial” посилює чуттєво-образне сприйняття тексту. Завдяки їх поєднанню виникають нові образи, неможливі в побутовому мовленні, але такі яскраві й знакові в тексті поетичному.

«Нелітературність» Е. Дікінсон завжди бентежила й насторожувала критиків і видавців, а перекладачами сприймається як дуже серйозний творчий виклик. Не всякий перекладач зважиться на рівень ризику, який для самої поетеси обернувся довічною самоізоляцією в літературному полі. Позаяк природа для поетеси є живим організмом, то у її віршах трапляється багато уособлень, які передаються інтерпретаторами теж за допомогою образних уособлень. Під час передачі образності, пов’язаної з описом природи й пов’язаних із нею явищ, багато перекладачів намагаються зберегти образність, використовуючи відповідні функціональні заміни та конверсії.

Поезія Е. Дікінсон – це згусток метафор, і зрозуміти їх не просто. Для повноцінної передачі вираженого в образах внутрішнього світу поетеси, яка по-філософськи осмислювала все, що її оточувало, перекладачі вдавалися за можливості до еквівалентного перекладу метафор, а там, де з огляду на специфіку української мови це було неможливим, застосовували різноманітні трансформації.

Список використаної літератури:

1. Dickinson E. The Complete Poems / Emily Dickinson. – London : Faber and Faber, 1995. – 770 p.
2. Дікінсон Е. Лірика / Емілі Дікінсон : [пер. з англ., упоряд. та передм. С. Д. Павличко]. – К. : Дніпро, 1991. – 301 с.

3. Американские поэты в переводах М. Зенкевича / [справки об авт. Е. Осеневой]. – М.: Худож. лит., 1988. – 285 с.
4. Корунець І. В. Порівняльна типологія англійської та української мов / Корунець І. В. – Вінниця : Нова книга, 2002. – 458 с.
5. Микушевич В. Б. Актуальные проблемы теории художественного перевода / Микушевич В. Б. – М. : Высшая школа, 1997. – 268 с.
6. Лирика Эмили Дикинсон : [пер. с англ. В. Марковой]. – М.: Худож. литература, 1989. – 180 с.
7. Кикоть В. М. Проміні самотності / Кикоть В. М. – Черкаси : Сіяч, 1998. – 136 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Кикоть В. М.

Б. І. Радущинський

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОБРАЗНІ ЗАСОБИ РОМАНУ А. МЕРДОК «ЧОРНИЙ ПРИНЦ» ТА ЇХ ПЕРЕКЛАД

Талановита романістка й професійний філософ Айріс Мердок є однією з найяскравіших постатей англійської літератури другої половини ХХ ст. Її творчість неординарна й провокуюча. Оцінки читачів, критиків та літературознавців можуть бути полярно протилежними, проте всі вони сходяться в тому, що мердоківські романи є явищем складним, багаторівневим, поліфонічним. Здається, такою своєю властивістю вони завдячують насамперед багатогранності творчої особистості самої авторки [1, 138].

Систематизація мовного матеріалу роману «Чорний принц» виявила основні мовно-образні засоби, що характерні для індивідуально-авторського простору А. Мердок: полісиндетон (*I felt her sigh and relax, and her body became minded and pliant, and we looked into each other's faces and mailed a long smile of confidence and recognition*); порівняння (*now she was as cool as a lettuce; they aspire like sunflowers; the woodwork as clean as an apple, like a machine set in motion it began to purr; my heart was beating like an army on the march*); епітети (*brilliantly coloured birds, tumultuous hair; soft voice, dreamy gaze, the diamond bookmaker, a bright, sensual person*); метафори (*I am therefore a parasite*); повтори (*I used... I used; When I am away from her.... When I am with her*); оксюморон (*a pretty long shot, I'm terribly glad to see you*); літоти (*I am not unwelcome; voice not unlike Anna's*); алітерації (*pigeons and popping, larger and larger, rockets and releasing, sitting and standing, neat and nicely, exquisite and expensive*); персоніфікації (*and although her eyes told nothing I was sure she knew my thoughts; On Chiswick Mall the houses face the river, but on that piece of Hammersmith Mall which is relevant to my tale they turn their backs to the river and pretend to be an ordinary street*) [2].

А. Мердок використовує стилістичні прийоми різних рівнів: фонетичні, лексичні, синтаксичні, внаслідок взаємодії яких має місце стилістична конвергенція.

Різноманітна у творі А. Мердок і типологія літературної алюзії. Аналіз засвідчує, що прототексти, або ж тексти-донори алюзій, належать як до різних часових епох, так і до різних літературних напрямів, стилів та жанрів. Алюзії у досліджуваному романі можна умовно поділити на: алюзії до творів античної літератури та міфології; алюзії до творів класичної літератури (з часів Данте до кінця ХХ ст.); фольклорні алюзії, тобто алюзії до народних легенд і казок.

До перших двох типів безперечно відносимо номінативні алюзії, денотатом яких є відомі стародавні та сучасні філософи (Платон, Спіноза, Гегель, Кант, Сартр, Вітгенштейн). Поясненням цього є концептуально-значущий характер перелічених персоналій у картині світу авторки, чий життя та професійна діяльність були пов'язані з філософією. Ось лише деякі приклади, згруповані, відповідно до поданої класифікації, за текстами-донорами:

1. Pegasus, Aeneas, Dido, Circe, Penelope, Eros, Apollo, a centaur, Aphrodite, Dionysus, Silenus, Proteus, Scylla and Charybdis, Artemis та ін. – Пегас, Еней, Дідон, Цирцея, Пенелопа, Ерос, Аполлон, кентавр, Афродіта, Діоніс, Силена, Протей, Сцилла і Харибда, Артеміда.

2. Dante, Beatrice, Lilliputian, Byronic, James, Conrad, Anna Karenina, Jane Austen, Dickensian, Peter Rat та ін. – Данте, Беатріче, ліліпут, байронічний, Джеймс, Конрад, Анна Кареніна, Джейн Остін, Діккенс, Пітер Пен.

Подібні антропоніми перекладаються шляхом транслітерації і / або транскрипції.

✓ The Wolf, Grandmamma, Beauty and the Beast, the Arabian Nights, Blue-beard та інші. – Вовк, Бабуся (з Червоної Шапочки), Красуня і Чудовисько, Тисяча і одна ніч, Синя Борода.

Для перекладу антропонімів цього типу використовуються функціональні аналоги.

Алюзивний текстовий компонент може реалізовуватися шляхом номінації або цитації. Маркером, або репрезентантом, номінативної алюзії є слово або словосполучення. Цитата реалізується передусім на рівні фрази або речення та, на відміну від номінативної алюзії, може супроводжуватися авторськими коментарями, зазначенням джерела, а також позначатися графічними маркерами (наприклад, лапками, курсивом) [3, 209].

У традиціях жанру роману в А. Мердок переважають номінативні алюзії, репрезентантами яких є антропоніми – власні імена героїв стародавніх легенд (реальних і міфічних персоналій), імена літературних героїв та письменників: *Like the women in novels by James and Conrad who are so peculiarly flower-like and who are described as «guileless, profound, confident, and trustful»* [2, 19]. – *Як жінки в романах Джеймса і Конрада, які такі незвичайні, як квітка, і які описані як «простодушні, глибокі, впевнені, і довірливі»* (тут і далі переклад наш – Б. Р.). Під час перекладу застосовано транслітерації.

Характерними для стилю Мердок є також алюзії на назви літературних творів, які можуть комбінуватися з власне алюзіями-антропонімами (іменами авторів та/або персонажів): *As Duncane swam in the great pool of the cavern he had a sudden mental image of the picture in Through the Looking Glass of Alice and the mouse swimming in the Pool of Tear*. [2, 302]. – *В той час, коли Дункан плавав в басейні великої печери він раптово уявив образ Аліси в Задзеркаллі і миші, які плавали в басейні Тіра*. У цьому прикладі А. Мердок застосувала алюзію на назву літературного твору, яку відтворено функціональним аналогом.

У плані індивідуально-авторських преференцій, серед частотних у досліджуваному романі можна виокремити алюзії до творів У. Шекспіра та Л. Керролла. Цей факт пояснюється роллю, місцем і значущістю цих «культурознакових» постатей (передусім Шекспіра, чие ім'я та твори, безперечно, є «універсально-прецедентними» [4, 107] у колективній мовленнєвій практиці та у загальній концептуальній картині світу англійського читача і більшої частини міжнародної читацької аудиторії.

Твори Л. Керролла є тими прецедентними текстами, які займають особливе місце в образній структурі творів А. Мердок. Майже у кожному з проаналізованих романів з'являється Аліса, чий образ слугує своєрідним ключем до інтерпретації ідейного змісту та розкриття образів різноманітних персонажів творів письменниці:

«But surely they wouldn't have done anything to Nina?» «That's the sad thing,» said Calvin. «Of course they wouldn't. After all, it's England. It's like the Duchess in Alice. No one really gets beheaded» [2, 279]. – *«Але, звичайно, вони б не зробили нічого Ніні?» «Це сумно», сказав Кальвін. «Звичайно, вони не будуть. Зрештою, це Англія. Це як герцогиня в Алісі. Ніхто не буде обезголовлений»*. Авторка використала алюзію на твір Л. Керролла, яка була передана транслітерацією.

She remains in our (my and Jack's) world like a Cheshire cat, continuously present, smiling – and fading [2, 86]. – *Вона залишається в нашім (моїй і Джека) уяві, як Чеширський кіт, постійно присутній, посміхаючись, – і зникаючий*. Тут А. Мердок знову застосовує алюзію на твір Л. Керролла, порівнюючи присутність дівчини з Чеширським котом. Для перекладу використано транслітерацію.

Мотив проходження крізь дзеркало стає особливістю ідейно-образної структури творів автора. Він часто символізує перехід до нового етапу або певні зміни у житті персонажів: *Everything seemed the same. Annette stared at it all. It looked to her the same, and yet different. It was as if she had walked through the looking-glass. She realized she was free* [2, 9]. – *Усе, здавалося, таким же. Аннет дивилася на все це. Все здавалось таким самим, але в той же час іншим. Це*

було, так, *якби вона пройшла крізь дзеркало. Вона зрозуміла, що вона була вільна*. У цьому прикладі А. Мердок використовує алюзію на твір «Аліса в Задзеркаллі», алюзія є не прямою, але завдяки авторському виділенню, створює асоціації та сприяє її співвіднесенню з оригіналом. Застосовано описовий переклад.

Подані приклади певною мірою ілюструють основні функції алюзії у текстах творів.

Загалом, під час перекладу образних засобів, що використовуються в романі А. Мердок «Чорний принц» найчастіше застосовувалися еквівалентні відповідники та такі перекладацькі трансформації як транслітерація, функціональний аналог і калькування.

Список використаної літератури:

1. Murdoch I. The Black Prince / Iris Murdoch. – London : Penguin Books, 1978. – 362 p.
2. Аникин Г. В. Современный английский роман / Аникин Г. В. – М. : Наука, 1985. – 439 с.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод / Бархударов Л. С. – М. : Междунар. отношения, 1985. – 340 с.
4. Чердниченко О. І. Про мову і переклад / Чердниченко О. І. – К. : Либідь, 2007. – 265 с.

Науковий керівник: викладач Опанасенко Ю. В.

А. Ю. Рева

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМА ЗБЕРЕЖЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО СТИЛЮ АВТОРА (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕКЛАДУ ТВОРУ РОАЛЬДА ДАЛЯ «МАТИЛЬДА»)

Переклад художнього тексту потребує неабиякого таланту, вміння, підготовки та креативності. Як нам відомо, в процесі написання твору будь-який автор використовує власний ідіостиль, за допомогою якого його ідентифікують у різних країнах світу. Це означає, що перекладач має зберегти та передати індивідуальний функціональний стиль письменника, застосовуючи при цьому перекладацькі трансформації, тобто – «перетворення, модифікації форми, або змісту і форми, зокрема, з метою збереження відповідності комунікативного впливу на адресатів оригіналу й перекладного тексту» [Селіванова 2012, с. 456].

Саме тому, здійснюючи переклад художнього твору, перекладач має бути ознайомлений з особливостями культури, історії, побуту та іншими чинниками, оскільки саме це підґрунтя дає змогу перекладачеві безпосередньо правильно зрозуміти та передати зміст тексту оригіналу. Авжеж, варто звернути увагу на те, що процес перекладу, як стверджує Селіванова О.О., – подвійний інтерпретаційно-породжувальний дискурс, що має два етапи [Селіванова 2008, с. 672]:

1. Сприйняття тексту оригіналу перекладачем;

2. Породження тексту перекладу у новій семіотичній формі, за допомогою суб'єктивної інтерпретації тексту оригіналу перекладом.

На наш погляд, зберегти ідіостиль письменника та здійснити переклад якнайбільш адаптовано для читача, використовуючи певні перекладацькі модифікації, надзвичайно важке, проте й цікаве завдання, яке професійний перекладач має виконати. Таким чином, *актуальність* нашої роботи полягає в дослідженні засобів та прийомів, необхідних для одночасного збереження ідіостилу та адаптування під мову перекладу.

Метою нашого дослідження є спроба зрозуміти проблему збереження та передачі ідіостилу автора під час перекладу тексту оригіналу.

Об'єктом нашого аналізу є твір Роальда Даля «Матильда» та його український переклад Віктора Морозова.

Цей відомий англійський письменник захоплює читачів по всьому світу своїм безпосереднім та простим стилем написання творів. Його книги, а зокрема, дитячі казково-фантастичні роботи, характеризуються використанням слів фамільярного та невимушеного регістру. Таким чином, перед перекладачем В. Морозовим стоїть завдання не змінювати регістр слова у перекладі, зберігаючи ідіостиль автора.

Наприклад, ...listen to this sort of **twaddle** from proud parents... (2, p. 4) // ...вслуховуючи **патякання** гордих батьків... (3, с. 6)

...reports for the **stinkers** in my class. (2, p. 5) // ...характеристики на всіх **негідників** з мого класу. (3, с. 8)

...the brilliance of their own revolting **off-spring**... (2, p. 3) // ...блискучі здібності своїх **виплодкі**... (3, с. 6)

В обох випадках слова оригіналу, як і перекладу, відносяться до фамільярного реєстру слова, що допомогло зберегти та не втратити прагматичний вплив та стилістичне забарвлення.

Протягом своєї роботи перекладач використовує конотативні оцінно-емотивні трансформації на лексичному рівні, щоб передати особливості української лінгвокультури, у цьому випадку – семантичне суфіксальне словотворення, наприклад,

fathers (2, p. 3) // **matyci** (3, с. 6)

...poisonous **little girl**... (2, p. 5) // ...надміру брудке **дівчисько**... (3, с. 7)

Також для адаптації оригінального тексту перекладач вдається до додавання лексичних одиниць, як-от,

but what they expect you to do...? (2, p. 12) // а що ж ти, **на їхню думку**, повинна робити...? (3, с. 16)

За допомогою трансформацій на прагматичному рівні перекладачу вдається зберегти стилістичне забарвлення, наприклад,

then suddenly **he struck** again (2, p. 34) // та зненацька **йому щось стрельнуло у голову** (3, с. 38)

...when there is **enough in the kitty** to buy... (2, p. 37) // ...поки не **нашкребеш** їх доволі, щоб купити... (3, с. 41)

Щоб уникнути тавтології, В. Морозов вдається до синонімічних заміन, як у наступних прикладах,

my mother **goes** to Aylesbury... (2, p. 12) // моя мама **вирушає** в Ейлсбері... (3, с. 16)

...Mr. Wormwood **barked** (2, p. 37) // ...**урвав** дочку містер Вормвуд (3, с. 40)

Отже, підбиваючи підсумки нашого дослідження, можна сказати, що перекладач, аби зберегти ідіостиль автора та водночас адаптувати текст для читача тієї чи іншої культури, застосовує перекладацькі трансформції на різноманітних рівнях. Варто також пам'ятати про збереження однакового прагматичного впливу від прочитання як оригінального тексту, так і перекладу.

Список використаної літератури:

1. Селіванова О.О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. Монографічне видання / О. О. Селіванова. – Черкаси : Ю. Чабаненко, 2012. – 488 с.
2. Dahl, Roald. MATILDA / Roald Dahl. – Puffin Modern Classics, 2004. – 240 p.
3. Роальд Дал. Матильда : роман / Роальд Дал ; пер. з англ. В. Морозова, під ред. О. Негребецького та І. Малковича. – Абагааламага, 2018. – 271 с.
4. Селіванова О.О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми / О.О. Селіванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Рибалка Н. С.

А. О. Сорока

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ВІДТВОРЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНО-АВТОРСЬКОГО СТИЛЮ Ч. ДІККЕНСА

Чарлз Діккенс – письменник вікторіанської епохи, який не тільки відобразив її у своїх творах і порушив проблеми, котрі хвилювали англійське суспільство, а й намагався їх розв'язувати. Великим поетом називали Діккенса його критики за легкість, із якою він володів словом, фразою, ритмом і образом, порівнюючи його за майстерністю з Шекспіром.

Стиль прози Ч. Діккенса, навіть порівняно зі стилем його англійських сучасників, – надзвичайно своєрідний. Епічно широка, об'єктивна картина навколишнього світу, якою вона постає в романах Ч. Діккенса, настільки сильно прикрашена авторським ставленням, так багато в ній суб'єктивного, що в очах деяких його сучасників – Діккенс уявлявся скоріше продовжувачем романтиків, ніж власне реалістом [1, 244].

Позитивний герой у Діккенса стає переконливим, коли письменник позбавляє його ідеальності, надає йому людської слабкості, не боїться зробити трохи смішним і далеко не зразковим. Тому, якщо в «Записках Піквікського клубу» другорядні образи двох молодих дівчат – Арабели Еллен і Емілі Уорлд – написані в безбарвно-ідеалізованій манері, то більшість образів подані яскраво, своєрідно й по-людськи привабливо. На допомогу письменникові приходив гумор. Риси смішного, комічного «приземляли» образ, робили його живим, близьким, привабливим. Піквік і його друзі, Браунлоу, Ла Криві й багато інших діккенсівських персонажів не стали, висловлюючись мовою театру, «блакитними образами» саме завдяки рятівному втручанням гумору [2, 162].

Гумор – невід'ємна риса творчості Діккенса, особливо характерна для його ранніх романів – яскраве вираження діккенсівського оптимізму, віри в світле людське майбуття, тому позитивний ідеал Ч. Діккенса незмінно пов'язаний з веселістю його героїв, які навіть у скрутних умовах не втрачають життєрадісності, упевненості, незламності [2, 132].

Гумор часто не є універсальним і не переноситься з однієї культури в іншу, зазвичай через те, що залежить від деталей конкретного культурного оточення. Тому надзвичайно важкою є проблема перекладу національно маркованого гумору, анекдотів, політичних жартів тощо [3, 128]. Зупинімося на менш важкій, але, не менш цікавій проблемі – проблемі перекладу гумору в художньому творі, на прикладі творів Ч. Діккенса.

Так, в епізоді роману «Ніколас Нікльбі», описується леді, яка хотіла видати себе за шляхетну пані з «вищого світу», тому мала пажа, про якого автор пише так:

The page left it; but if ever an Alphonse carried plain Bill in his face and figure, that page was the boy [4, 356].

Альфонс вийшов; але ж якби у якого-небудь альфонса було написано на обличчі «Білл», то саме таким хлопчиною був би цей типаж [5, 265].

Переклад є цілком вдалим, за рахунок незначних лексико-граматичних трансформацій (заміна артикля словом «який-небудь», вилучення слова «figure», синтаксична транспозиція).

Одним із яскравих образів того ж роману є незвичайна дитина – дочка директора театру, про яку йдеться в наступному діалозі:

“May I ask how old she is?” – inquired Nicholas. “You may, sir” – replied Mr Crummles, looking steadily in his questioner’s face, as some men do when they have doubts about being implicitly believed in what they are going to say. “She is ten years of age, sir. – “Not more?” – “Not, a day”. – “Dear me!” – said Nicholas – “It’s extraordinary” [4, 429].

«Можна запитати у вас, скільки ж їй років?» – поцікавився Ніколас. – «Можна, сер», – відповів містер Крамльс, впритул дивлячись в обличчя співбесідника, як дивляться ті люди, що сумніваються у вірності сказаного. – «Їй десять років, сер». – «Не більше?» – «Ні на один ден». – «Боже мій!» – сказав Ніколас. – «Це просто неймовірно» [5, 326].

В цьому випадку застосовано покомпонентний переклад (калькування), який досягає своєї мети – читач розуміє, що дівчинці вже давно не десять років, тобто, вона не є ніяким феноменом.

Можна проілюструвати складніший випадок, коли для передачі внутрішньо-лінгвістичного бачення, необхідною стає компенсація, оскільки в наступному епізоді внутрішньо-лінгвістичне бачення стає ключовим. Містер Сквірс повчає нових дітей, відданих до його школи:

“Never postpone business” – “it’s the very first lesson we instill into our commercial pupils” ... “Never” – repeated Master Belling. ... “P” – suggested Nicholas, good-naturedly. – “Perform business!” – said Belling. “Never-perform-business!” [4, 516].

«Ніколи не закидайте діла! – Ось перше правило, яке ми вселяємо нашим учням, котрі вивчають комерцію... Ніколи не» – розпочав юний Беллінг. «З»... – добродушно підказував Ніколас. – «Захоплюйтеся...ділом!» – сказав юний Беллінг. – «Ніколи..не захоплюйтеся ділом!» [5, 367].

Тут необхідно було підібрати слова зі схожими початковими літерами й протилежні за змістом, щоб зберегти авторську гру слів. Тому замість англійських *postpone* та *perform*, перекладач влучно вживає слова *закидати* та *захоплюватися*.

У наступному уривку перекладачем застосовано прийом додавання, але цей варіант не є цілком вдалим, тому що для містера Лілівіка, який розмірковує про якості французької мови, типовим є певна невизначеність оцінок, він уникає прямого вислову своєї думки.

“*What’s the water in French, sir?*” – “*L’EAU*” – *replied Nicholas*. – “*Ah!*” – *said Mr Lillyvick, shaking his head mournfully*. – “*I thought as much. Lo, eh? I don’t think anything of that language – nothing at all*” [4, 543].

«Як там французькою вода, сер?» – “*L’eau*”, – відповів Ніколас. – «Он як!» – сказав містер Лілівік, гірко киваючи головою. – «Я так і думав. Ло? Я невисокої думки про цю мову, ой, аж ніяк не високої» [5, 417].

Дослідження свідчать про те, що твори Ч. Діккенса, написані в молодому віці значно різняться від «зрілих» романів відповідно до еволюції прозового стилю митця, до зростання його соціального невдоволення, загострення викривального пафосу. Раннім творам письменника властивий оптимізм, розмаїття яскраво-типізованих статичних образів-картинок, які торкаються різних суспільних прошарків, обов'язково з елементами гумору та сатири. Натомість проза «зрілого» митця характеризується багатоплановим, іноді детективним сюжетом, пронизана песимізмом і зневірою автора, що позначилося на стилі його творів, на доборі образних засобів та відповідної лексики, що необхідно враховувати, перекладаючи твори Ч. Діккенса.

Отже, переклад художньої прози частіше за все здійснюється з урахуванням мовних засобів, характерних для певної вікової, соціальної групи. Перекладач, здійснюючи переклад, вдається до перекладацьких трансформацій на лексичному рівні: цілісне перетворення та компенсація втрат при перекладі; на лексико-семантичному рівні: смисловий розвиток та диференціація значень та на граматичному рівні: членування, вилучення, доповнення, заміна та синтаксичне уподібнення. Часто один стилістичний засіб замінюється для компенсації втрат іншим.

Перекладаючи твори Ч. Діккенса, М. Іванов вдається до незначних лексико-граматичних трансформацій, таких, як, наприклад, синтаксична транспозиція, чим досягається адекватність перекладного тексту. Іноді, адекватність перекладу досягається за допомогою дослівного перекладу.

Провідною рисою стилю Ч. Діккенса є гумор. При перекладі гумористичного у творах Діккенса, перекладач звертає увагу на тонкощі жартів та намагається відтворити їх за допомогою добору рівнозначних образних засобів та відповідної лексики.

Загалом же стиль Діккенса, як не дивно, у багатьох випадках не ускладнює завдання перекладача. У його іронії дуже мало okazіоналізмів, гри слів, тощо, тому часто можна спостерігати вдалий адекватний переклад за допомогою прямих еквівалентів.

Список використаної літератури:

1. Алексеев М. П. Английская литература : нариси і дослідження / Алексеев М. П. – Львів : Наука, 1991. – 461 с.
2. Ивашева В. В. Творчество Диккенса / Ивашева В. В. – М. : Изд-во Московского университета, 1954. – 425 с.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории перевода / Бархударов Л. С. – М. : Междунар. отношения, 2008. – 237 с.
4. Dickens Ch. Life and Adventures of Nicholas Nickleby / Ch. Dickens – London : Chapman & Hall, 1939. – 952 p.
5. Діккенс Ч. Ніколас Нікльбі / Ч. Діккенс ; [пер. з англ. М. Іванов]. – К. : Дніпро, 1991. – 880 с.

Науковий керівник: викладач Опанасенко Ю. В.

МЕТАФОРИЧНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ МАРКА ТВЕНА «ПРИГОДИ ТОМА СОЙЄРА»

Одним із завдань перекладу є досягнення функціонально-комунікативної еквівалентності текстів оригіналу та перекладу. Для досягнення найоптимальнішого балансу денотативної, конотативної, прагматичної інформації текстів оригіналу та перекладу використовують трансформації. Питання перекладацьких трансформацій не раз порушувалося перекладознавцями, зокрема: А. Федоровим, Я. Рецкером, В. Комісаровим, Л. Бархударовим, В. Виноградовим, П. Ньюмарком, О. Швейцером, О. Селівановою та ін.

О. Селіванова визначає трансформації як «перетворення, модифікація форми, або змісту і форми, зокрема, з метою збереження відповідності комунікативного впливу на адресатів оригіналу й перекладного тексту», та умовно поділяє трансформації на формальні та формально-змістові. Формальні передбачають зміну форми при збереженні його змісту, а формально-змістові передбачають зміну форми та змісту [1, 456]. Науковці розрізняють різні типи трансформацій в залежності від мовних рівнів: фонетичні, лексичні, граматичні, лексико-граматичні.

Метою нашої статті є аналіз метафоричних трансформацій в українському перекладі роману Марка Твена «Пригоди Тома Соєйра» (перекладач Володимир Митрофанов).

О. Швейцер диференціює метафоричні трансформації на: метафоризацію – заміну неметафоричного вираження метафоричним; реметафоризацію – заміну однієї метафори іншою; деметафоризацію – метафоричне вираження в початковому тексті замінюється неметафоричним в кінцевому [5, 138–139].

У когнітивній семантиці розглядається концептуальна метафора американськими лінгвістами М. Джонсоном, Дж. Лакоффом як розуміння однієї концептуальної області в термінах іншої. Виокремлюються дві сфери метафори: донорська і реципієнтна (поділяють цю думку Б. Рудзка-Остін, Р. Ченкі, К. Рахіліна, О. Селіванова та ін.).

О. Селіванова метафоричні трансформації відносить до формально-змістових на лексичному рівні. В їхньому складі виокремлює деметафоризацію, метафоризацію, трансметафоризацію, а також заміну компонента донорської зони за умови її збереження [2, 463].

Так, в українському перекладі роману Марка Твена «Пригоди Тома Соєйра» трапляється метафоризація – заміна в перекладі неметафори метафорою:

Then she had a new inspiration // Тоді в неї саянула нова думка.

Had a new inspiration (буквально: мати нову думку). У перекладі для передачі неметафоричного дієслова *had* (мати) використано метафору *саянути* – «перен. зненацька з'явитися, виникнути (про думку, здогад і т. ін.)» [3, т. 9, 912]. Для позначення концепту ДУМКА перекладач використовує знак концепту СВІТЛО – дієслово *саянути*.

В українському перекладі роману Марка Твена «Пригоди Тома Соєйра» також трапляється деметафоризація – заміна метафори не метафорою:

...her tears would fall like rain... // ...з очей її потечуть рясні сльози...

Автор роману «Пригоди Тома Соєйра» використовує метафору-порівняння *fall like a rain*. У перекладі Володимир Митрофанов метафоричне значення *fall* замінює прямим *потечуть*, втрачаючи порівняння *like rain*, але компенсує цю втрату прикметником *рясні*.

Перекладач також застосовує трансметафоризацію – заміну донорської сфери метафори [2, 463]:

Now an idea struck him // Раптом у нього саянула одна думка.

У цьому фрагменті перекладач Володимир Митрофанов зберігає метафору, але змінює її донорську сферу. *Strike* (ударяти, бити) – «to hit somebody/something with your hand or a weapon» [4], а *саянути* – «перен. зненацька з'явитися, виникнути (про думку, здогад і т. ін.)» [3, т. 9, 912]. Автор роману «Пригоди Тома Соєйра» для позначення концепту ІДЕЯ використовує знак концепту ЛЮДИНА, а перекладач – знак концепту СВІТЛО.

У наступному фрагменті перекладу відбувається заміна компонента донорської сфери метафори оригіналу:

*And now at this moment, when hope was **dead** // Аж раптом тоді, коли він уже **втрапив** будь-яку **надію**.*

Метафора *dead* – «no longer alive» [4] замінена сталим виразом *втрапив надію* ([*He*] *утрачати* (*утратити*) [*останню*] *надію* – (не) переставати вірити в здійснення чого-небудь [3, т.5, 70]). Метафори оригіналу та перекладу мають одну донорську концептосферу ЛЮДИНА, але різні знаки цієї сфери.

У наступному фрагменті перекладач зберігає орієнтаційну (за М. Джонсоном, Дж. Лакоффом) або аксіологічну (за О. Селівановою) метафору, замінивши донорську сферу:

*... the very **summit** of glory was reached // ... слава їхня сягнула надхмарних **висот***

Пор.: *summit* (вершина) – «the highest point of something, especially the top of a mountain» [4] – концепт ГОРА; *visota* – «простір на великій віддалі від землі» [3, т. 1, 495] – концепт ПРОСТІР. Перекладач підсилює образ епітетом *надхмарний*.

У наступному фрагменті перекладу спостерігаємо збереження сенсорної метафори (використання знаків одних відчуттів на позначення інших) з «конкретизацією значення з метою підсилити образ» [6, 87–91].

*It would have been **music to his soul** to hear the whisperings // Коли б він міг почути перешиптування товаришів, воно б прозвучало для нього **солодкою музикою**.*

Метафора *music to his soul* у перекладі підсилюється *солодка музика*. *Солодкий* – «перен. який дає відчуття приємності або виражає задоволення, радість, насолоду» [3, т. 9, 446].

Отже, Володимир Митрофанов, перекладач роману Марка Твена «Пригоди Тома Сойєра», під час перекладу вдавався до метафоричних трансформацій, а саме метафоризації, деметафоризації, трансметафоризації та заміни компонента донорської зони за умови її збереження для установаження функціонально-комунікативної еквівалентності між оригіналом та перекладом.

Список використаної літератури:

1. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. Монографічне видання / О. О. Селіванова. – Черкаси : Ю. Чабаненко, 2012.
2. Селіванова О. О. Лінгвістична енциклопедія / О. О. Селіванова. – Полтава:Довкілля-К, 2011. – 844 с.
3. Словник української мови [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://sum.in.ua/>
4. Oxford Learner's Dictionaries [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com>
5. Швейцер А. Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М.: Наука, 1988. – 216 с.
6. Newmark P. About Translation / Peter Newmark. – Clevedon (England) : Philadelphia Multilingual Matters, 1991. – 184 p.

Ілюстративний матеріал:

1. M. Twain The Adventures of Tom Sawyer / M. Twain. – Philadelphia, Pennsylvania: Courage Books, 1991. – 161 p.
2. М. Твен Пригоди Тома Сойєра [пер. з англ. В. Митрофанов] / М. Твен. – Харків: Фоліо, 2018. – 283 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Литвин І. М.

Д. С. Струнін

Військовий інститут Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ПЕРЕКЛАД ЯК ІНСТРУМЕНТАРІЙ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ

У сучасному інформаційному світі роль перекладу невпинно зростає. Кожного дня завдяки перекладацькій діяльності передаються нескінченні потоки інформації, як на побутовому рівні – переклад художньої літератури так і на офіційному, у т. ч. міжнародному рівні (переклад офіційних заяв та звернень представників держав, міжнародних організацій, текстів проектів угод), в науковій сфері тощо. Особливості перекладу при веденні перемов, узгодженню проектів угод завжди були полем інформаційного протистояння. Необхідність

однозначного трактування тих чи інших понять визначило і назву міжнародних документів – трактат. Можна пригадати приклади різного трактування визначень (термінологічного мінування) при укладанні міждержавних угод між США та СРСР у сфері стратегічних озброєнь та протиракетної оборони, які обумовили претензії сторін до позицій розгортання радіолокаційних станцій чи чисельності та типів носіїв стратегічних ракет.

Якщо до недавнього часу переклад іноземних засобів масової інформації (ЗМІ) вважався засобом посередництва між державами для налагодження відносин та встановлення співробітництва, то сьогодні переклад трансформувався в ефективний інструментарій ведення інформаційного впливу.

Використовуючи потужності ЗМІ, міжнародні актори мають змогу вправно маніпулювати аудиторією для досягнення своїх політичних цілей через використання свідомо некоректного перекладу, тенденційного відбору джерел та статей (повідомлень), їх контенту, створення ілюзій стосовно значущості відібраних джерел тощо.

Велике значення має лінгвістична доступність цільової аудиторії чи навпаки, залежність її від перекладу на рідну мову, що характерно для населення України, Росії та інших країн бывшего СРСР відносно західних ЗМІ, що унеможлиблює роботу із оригінальним текстом. Також важливо мати потужні інформаційні ресурси, які спеціалізуються на перекладі іноземних ЗМІ та вибіркової публікації таких матеріалів мовою цільової аудиторії. Прикладом таких ресурсів є inosmi.ru, inopressa.ru, habr.com, russian.rt.com/inotv тощо, які, попри їх комерційну направленість, надають можливість Російській Федерації формувати належне сприйняття контенту іноземних ЗМІ російськомовної цільової аудиторії в багатьох країнах бывшего СРСР, в першу чергу свого населення та в Україні і Білорусі.

Це визначає актуальність створення власних інформаційних ресурсів, які спеціалізуються на перекладі та використанні контенту іноземних ЗМІ, а також оперативного моніторингу відповідного контенту аналогічних спеціалізованих ресурсів для російськомовної (україномовної) цільової аудиторії.

Науковий керівник: к.і.н. Супрунов Ю.М.

В. Г. Холоденко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ НЕОЛОГІЗМІВ

У перекладацькій практиці помітне місце займає проблема перекладу неологізмів, тобто нових слів, що з'явилися в мові у зв'язку з розвитком громадського життя й виникненням нових понять. Уся пізнавальна діяльність людини фіксується насамперед у словах, назвах. Процес людського пізнання, досвід людини у зовнішньому світі – необмежені, тому кількість нових назв об'єктів реальної дійсності зростає неймовірно швидко.

Як відомо, слово здатне зберігати різноманітну інформацію. Зміст інформації кожної лексичної одиниці має два рівні. Перший рівень – понятійний. Це найважливіші, суттєві відомості про предмет, які є визначальними для його назви й називається лексичним поняттям. Другий рівень змісту слова – непотійний, він містить у собі додаткові відомості про предмет. Така інформація віддзеркалює позамовні відомості й визначається як фонові, наприклад, «студент сільськогосподарського вишу» та „aggie” (*a student at an agricultural college or a university with an „agschool tradition”*). Під час зіставлення лексичних понять цих двох слів приходимо до висновку, що вони еквівалентні в англійській та українській мовах.

Особливістю неологізмів є те, що вони здебільшого не фіксуються словниками. Та й саме визначення неологізму є відносним, оскільки тимчасові утворення в мові дуже часто бувають ще й оказіональними. Беручи до уваги ці особливості, матеріал дослідження було перевірено на наявність у словниках. Виявилось, що лише 34 одиниці із 200 відібраних для аналізу були зафіксовані словником.

Аналіз неологізмів за семантичним критерієм дає підстави визначити, що серед виділених 13 семантичних груп найчисельнішою є група осіб, яким властива негативна соціальна конотація, наприклад, *loser; dropout*. Таких слів у картотеці експериментального матеріалу налічується 51, або 25,5%. Також чисельними є групи назв представників формальних та неформальних об'єднань (*animalist, Bircher*), яких налічується 35 (17,5%) та назв осіб, яким властива соціальна компетенція (*domo, honcho*) – 22 одиниці (11%).

Основною проблемою перекладу неологізмів є з'ясування значення нового слова. Дуже часто трапляється так, що нового слова немає не лише в англо-українському словнику, а й в англійському тлумачному. Найчастіше перекладач змушений з'ясувати значення неологізму з контексту. Відповідно до жанру тексту й значення неологізму буде іншим. Іноді також потрібно враховувати історію виникнення нового слова та асоціації, пов'язані з ним. І було б доцільніше, якби перекладач вів власний словник неологізмів.

Для з'ясування значення неологізму слід брати до уваги і його структуру, оскільки нові слова зазвичай створюються на основі вже існуючих слів [1, 29].

Спеціальних прийомів перекладу неологізмів не існує. Особливості кожного нового слова залежать від того, до якого типу слів воно належить, тобто чи є воно терміном, синонімом до існуючих слів, фразеологізмом тощо. З появою нового слова перекладачі спочатку дають кожен свій варіант перекладу, тому часто виникають непорозуміння, але згодом відбувається відбір і в мову входить лише один еквівалент.

Водночас вчені-лінгвісти пропонують кілька визначених способів перекладу неологізмів. Вони вважають, що найбільш розповсюдженим є спосіб підбору відповідного аналога в цільовій мові. Іншим способом є переклад шляхом транскрипції або транслітерації. Один із дослідників наводить такий приклад: *steel lobby* – *лоббі сталеварних компаній* і зазначає, що неможливо визнати вдалим переклад-тлумачення цього новоутворення, оскільки він буде занадто довгим і недоцільним: *група осіб (з числа колишніх конгресменів), які в кулуарах Конгресу намагаються здійснити вплив на членів Конгресу в інтересах власників сталеварних компаній* [2, 18]. Третім способом науковці називають метод калькування.

Отже, як видно, під час передачі неологізмів у перекладі використовуються, головним чином, ті самі методи, що є основними способами і в перекладі реалій та термінів.

На підставі аналізу теоретичного та фактичного досліджуваного матеріалу із зазначеної проблеми, зроблено наступні висновки:

Мова як суспільне явище виражає національно-специфічні та загальнолюдські особливості культури народу.

Найпоширенішими одиницями досліджень є неологізми семантичного поля «Людина».

Ступінь усвідомленості культурних розбіжностей та їхнє значення під час порівняння різних культур можна описати за допомогою схеми зображення взаємозалежності розумових та соціальних процесів у людському середовищі (поведінки, звичаїв, вірувань, цінностей, переконань та ін.).

Беручи до уваги цінності як найглибший аспект культури, ціннісну орієнтацію слід визначати як узагальнене поняття природи, місця людини у ній та її ставлення до навколишнього середовища.

Сучасні ціннісні орієнтації знаходять своє віддзеркалення у мовному контексті, в нашому випадку в неологізмах-американізмах, які визначають ставлення суспільства до певних людських типів. Факт значної кількості неологізмів із негативним значенням (25,5%), не свідчить про огрубіння нації, а лише віддзеркалює більшу кількість людських типів та поглядів, ніж це було у минулому.

Неологізми – назви осіб є свідчення відбиття у мові культурних орієнтації та цінностей. Наприклад, кількість назв осіб, що мають специфічні звички вживання наркотиків є досить незначною – 2,5%.

Радикальні зміни в суспільстві на рубежі останніх століть, а особливо ХХІ століття, зробили безпосередній вплив на семантичну трансформацію неологізмів або так званих неологізмів-американізмів. Активізація процесу розширення семантики мов виявляється в

процесі проникнення елементів однієї мови в іншу, з однієї сфери в іншу (детермінологізація, елімінація первинного значення тощо), в переході слів з екзотичної лексики в повсякденну. Тобто відбувається певний перехід реалій з однієї категорії в іншу.

Дев'ять засобів (транскрипція та транслітерація, гіперонімічний переклад, дескриптивна перифраза, калькування, комбінована реномінація, транспозиція на конотативному рівні, метод уподібнення, контекстуальне розтлумачення та віднайдення ситуативного відповідника) не є повним списком перекладу американізмів.

Кожен перекладач має сам оцінити, уважно вивчити та виділити свій власний «набір засобів перекладу», позаяк під час перекладу відбувається адаптація тексту до нового реципієнта, котра є причиною змін в інформації, що міститься у вихідному тексті.

Отже, основна складність перекладу неологізмів – це з'ясування значення нового слова. Власне переклад неологізму, значення якого вже відоме перекладачеві, завдання порівняно простіше й розв'язується воно шляхом використання різних способів перекладу, залежно від того до якого типу слів належить неологізм, що перекладається.

Якщо нове слово відсутнє в англо-українському словнику, то слід спробувати знайти його в англійському тлумачному словнику. У багатьох широко відомих словниках існують розділи «Нові слова» (New Words Section). При цьому рекомендується користуватися словниками найновіших видань. Слід мати на увазі, що найбільш оперативно готуються й видаються словники малого й середнього обсягу, хоча через обмеженість вони й не в змозі задовольнити потреб професіонала.

Значення нового слова доводиться з'ясовувати найчастіше з контексту.

Процес перекладу неологізмів з англійської мови на українську проходить у два етапи: 1) з'ясування значення неологізму (коли перекладач або звертається до останніх видань англійських тлумачних (енциклопедичних) словників, або з'ясовує значення нового слова, зважаючи на його структуру і контекст); 2) власне переклад (передача) засобами української мови, а саме: транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад, функціональна заміна тощо.

Не зайвим буде й констатація-застереження стосовно того, що перекладачі часто просто не помічають авторські неологізми, приймаючи їх за невідомі їм загальноживані слова або ті, що вживаються регіонально, й перекладають їх звичайною лексикою. Не рідко навіть сприймаючи нові слова, багато перекладачів не беруть на себе відповідальність зайнятися словотворенням і вдаються до менш вдалих описових еквівалентів.

Список використаної літератури:

1. Єнікєєва С. М. Системність і розвиток словотвору сучасної англійської мови / Єнікєєва С. М. – Запоріжжя : ЗНУ, 2006. – 73 с.
2. Цвиллинг М. Я. Переводные эквиваленты неологизмов в словаре и тексте / Цвиллинг М. Я.– М. : Правда, 1999. – 93 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Кикоть В. М.

К. О. Цимбал

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПРОБЛЕМА ЕКВІВАЛЕНТНОСТІ ТА АДЕКВАТНОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НА МАТЕРІАЛІ БРИТАНСЬКОГО ТЕЛЕСЕРІАЛУ «SHERLOCK» ТА ЙОГО ПЕРЕКЛАДУ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Переклад аудіовізуального твору завжди пов'язаний з певними труднощами лінгвістичного й технічного характеру, що безпосередньо впливає на ступінь еквівалентності та адекватності перекладу оригіналу. При перекладі аудіовізуального твору основною проблемою перекладача стає не тільки передача синтаксичної і семантичної структури тексту, а й передача його функціональних і прагматичних аспектів. При перекладі з однієї мови на іншу нерідко втрачаються важливі смислові відтінки, які відомі носіям мови оригіналу, але абсолютно незнайомі представникам мови перекладу. У цьому випадку можна вважати, що

текст перекладено точно, але його прагматичний вплив на адресатів втрачений, оскільки він буде функціонувати вже зовсім по-іншому. Таким чином вислизують найтонші смислові відтінки, що у свою чергу призводить до викривлення змісту тексту оригіналу, появи неіснуючих висловлювань, або фраз, які мають абсолютно інший сенс. Тому одним із головних завдань перекладача полягає в досягненні високого рівня еквівалентності, намаганні максимально повно передати зміст оригіналу.

Питання еквівалентності та адекватності неодноразово порушувалося класиками перекладознавства, зокрема: О. Федоровим, Я. Рецкером, В. Комісаровим, Л. Бархударовим, В. Виноградовим, Ю. Найдю тощо. Незважаючи на чисельні дослідження перекладознавців, це питання досі залишається відкритим, а проблема не вирішеною, що і зумовлює **актуальність** нашого дослідження.

Під еквівалентністю розуміється найбільш повне та ідентичне збереження у тексті перекладу жанрової своєрідності оригіналу й усієї різноманітної інформації, що міститься в тексті оригіналу [Виноградов, с. 11].

Для розмежування понять еквівалентності перекладу та відповідності прагматичного впливу текстів оригіналу й перекладу було введено термін «адекватність», що визначають як відповідність поставленій перед перекладачем меті. Зважаючи на розмежування термінів адекватність та еквівалентність, виокремлюють адекватний та еквівалентний переклад: адекватний відповідає поставленій меті; еквівалентний ґрунтується на функціональній відповідності оригіналу та перекладу [Гарбовский, с. 289].

Метою нашої статті є з'ясування розбіжності понять «адекватність» та «еквівалентність» на матеріалі британського телесеріалу «Sherlock» та його перекладу українською мовою, призначеного для дублювання.

Дотримання еквівалентності оригіналу й перекладу не є важливим, якщо це не передбачено метою, головне – задовольнити попит замовників перекладу, відповідаючи цілям. Тому саме адекватність перекладу передбачає його відповідність тим очікуванням, які покладають на нього учасники комунікації, а також тим умовам, в яких він створюється [Селіванова 2008, с. 676].

Перекладачі телесеріалу «Sherlock» прагнуть досягти радше адекватності, ніж еквівалентності при перекладі газетних заголовків, які мають важливе значення у контексті перекладу епізодів серіалу. Газетний заголовок повинен бути цікавим, лаконічним, привертати увагу адресатів і передавати суть статті. Приміром:

Bank gang leave cops clueless // Поліція сушить голову над пограбуванням.

Waters gang walk free – again! // Уотерси вийшли сухими з води знову!

У наведених прикладах вільні сполуки були перекладені фразеологізмами, що супроводжується виникненням в перекладному тексті функціонально-стилістичного забарвлення мовних одиниць. Такі заміни можна розглядати як адекватні, так і еквівалентними, з точки зору прагматичної еквівалентності, що передбачає адаптацію змісту оригіналу з метою його правильного сприйняття адресатом.

The best man? Billy Kincaid. Billy Kincaid, the Camden Garrotter. Best man I ever knew. Vast contributions to charity, never disclosed. Personally managed to save three hospitals from closure and ran the best and safest children's homes in north England // Дружба? Важлива річ. Це почуття, без якого не обходиться жодна людина. Базується на довірі, взаєморозумінні та спільних інтересах. Позитивно впливає на психіку і замінить будь-якого психіатра.

Переклад цього монологу цілковито різниться з оригіналом, що призводить до втрати інформації. Тому таке трактування не можна назвати еквівалентним. Але, незважаючи на це, такий варіант відповідає розважальній меті дубляжу та не втрачає комічний елемент ситуації, відповідно його можна назвати адекватним. Водночас, такий переклад радше спирається на візуальний ряд і контекст, ніж на текст оригіналу. На нашу думку, для того щоб зберегти елемент інформації, замість лексеми *дружба* доцільніше було використати її абсолютний синонім *боярин*. Ця лексема допоможе зберегти адекватність та еквівалентність тексту оригіналу.

У наступному прикладі зберегти еквівалентність перекладу словосполучки *the night do* виявилось неможливо, оскільки в українській мові не існує такого поняття. Цей аспект було компенсовано за рахунок вживання поетично забарвленої лексичної одиниці, що містить потрібну асоціативну сему – "вечір" і відповідає поставленій меті:

No, Sherlock, i will not be coming to the "night do", as you so poetically put it // Ні Шерлоку, я не піду на "зірниці", як ти це поетично називаєш.

Отже, цей варіант перекладу не є еквівалентним, але залишається адекватним.

Таким чином, очевидно, що успішність перекладу дубльованого телесеріалу, як-от, «Sherlock», визначається передусім адекватністю, оскільки досліджений переклад зберігає мету комунікації оригіналу. Більш детальний аналіз прийомів досягнення еквівалентності є метою подальшого вивчення.

Використана література:

1. Виноградов В. С. Перевод: общие и лексические вопросы. Учебное пособие / В. С. Виноградов. – 3-е изд., перераб. – М.: КДУ, 2006. – 240 с.
2. Гарбовский Н. К. Теория перевода: Учебник / Н. К. Гарбовский – М.: Изд-во Московского университета, 2004. – 533 с.
3. Селіванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями та проблеми : підручник / О. О. Селіванова. – Полтава: Довкілля-К, 2008. – 711 с.

Ілюстративний матеріал:

1. TV Series «Sherlock» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://zfilm-hd.org/5749-sherlok-30031052.html>
2. Серіал «Sherlock» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <https://zfilm-hd.org/5749-sherlok-30031052.html>

Науковий керівник: д. філол. н., ст. викл. П'єсуч О. І.

Д. О. Черновол

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ФОРМАЛЬНІ ТА ФОРМАЛЬНО-ЗМІСТОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНСЬКОМУ ПЕРЕКЛАДІ РОМАНУ С. КІНГА «DOCTOR SLEEP»

У сучасних лінгвістичних дослідженнях значну увагу приділяють вивченню закономірностей та особливостей процесу перекладу, зокрема, трансформацій. За О. О. Селівановою, перекладацька трансформація «є перетворенням, модифікацією форми або змісту і форми в перекладному тексті з метою збереження відповідності комунікативного впливу на адресатів оригіналу й перекладного тексту» [2, 465].

Дослідженню перекладацьких трансформацій присвячували свої праці відомі теоретики перекладу Л. С. Бархударов, В. Н. Комісаров, Я. Й. Рецкер, О. О. Селіванова, О. Д. Швейцер й ін. Наша робота ґрунтується на класифікації трансформацій, запропонованій О. О. Селівановою, яка поділяє їх на формальні та формально-змістові, у тому числі з прагматичним компонентом [2, 455-471].

Актуальність нашого дослідження визначена загальною спрямованістю сучасних перекладознавчих досліджень на вияв особливостей досягнення відповідності українських перекладів й оригіналів художніх творів. До того ж у творах С. Кінга, які сьогодні користуються популярністю серед українських читачів, наявна своєрідна манера письма автора, його ідіостиль, які потрібно зберегти перекладачеві.

Об'єктом дослідження є текст оригіналу роману С. Кінга «Doctor Sleep» та його переклад українською мовою, а *предметом* – фонетичні, граматичні та лексичні трансформації, а також перетворення із прагматичним компонентом в українському перекладі твору С. Кінга «Doctor Sleep». *Метою* роботи є комплексний аналіз формальних та формально-змістових трансформацій в українському перекладі роману С. Кінга «Doctor Sleep».

Дослідження українського перекладу твору показали, що на фонетичному рівні частотною виявилась комбінація транскрипції та транслітерації: *The third was the Overlook's*

chef, Richard Hallorann... (Lockbox, 1) // Третім був шеф-кухар «Оверлука» Ричард Хеллоран... (с. 9) – назву готелю **Overlook** [ˌoʊvərˈlʊk] перекладач передав словом **Оверлук**: послідовна транскрипція була б Оуверлук, а послідовна транслітерація – Оверлоок. Прізвище персонажа **Hallorann**, яке подано відповідником **Хеллоран** також підлягає подібним змінам у перекладі. Вияв транслітерації можна помітити у подвоєнні **лл** на письмі. Послідовна транслітерація прізвища була б Галлоранн, а послідовна транскрипція – Хелоран.

Цікавою є також передача індивідуального мовлення персонажів твору: *He talkin again?* (Lockbox, 5) // *Він заго'орив?* (с. 15) слово **talkin** (talking) перекладене українським **заго'орив**, у якому відсутність літери **в** на письмі позначається знаком «'». Така передача є доречною – для передачі швидкого мовлення персонажа вдало підібрано еквівалент схожий за формою до оригіналу, з однаковим семантичним наповненням.

На синтаксичному рівні формальних і формально-змістових трансформацій фігурують наступні заміни:

1) заміна слова сполукою. (*They looked like a chain of weird paperdolls* (Rattlesnake, 7) // *вони скидалися на вервечку якихось потойбічних паперових ляльок-вигинанок* (с. 43) – сполука **looked like** (були схожими) передана дієсловом **скидалися**. Формальна заміна сполуки словом є доречною і допомагає передати специфіку довжини речення);

2) вилучення. *Most folks were silent, but some wept* (Bad Numbers, 10) // **Більшість** стояли мовчки, хоча дехто ридав (с. 128). (Англійській словосполучі **most folks** (більшість людей) у тексті перекладу відповідає слово **більшість**, що має значення «Більша частина, більша кількість кого-, чого-небудь» [1, т. 1, с. 187] і не потребує після себе додатку, якщо йдеться про людей);

3) додавання. ... *it was rare to have more than a dozen people in the Amvets hall when the gavel fell* (Spoons, 1) // ... в клубі «Американських ветеранів» зрідка нараховувалося більше дюжини людей, після того як **стукнуло молоток головуючого** (с. 130). (Іменник **gavel** – «a small hammer used by a person in charge of a meeting or an auction, or by a judge in court, in order to get people's attention» [3], уже має вбудовану сему 'суддя' або 'голова зборів', в той час як українське слово **молоток** такого додаткового компонента значення не має і потребує пояснення).

У перекладі О. Красюка наявні формально-змістові трансформації на лексичному рівні, що репрезентує денотативний та конотативний плани:

Except for a few random thoughts and images—plus the extra work he sometimes did at the hospice, of course—the shining had been quiet (Abra, 1) // *Окрім випадкових думок та образів – плюс, звісно, деякі додаткові функції, що він їх подеколи виконував у хоспісі – сяйво трималося нишком* (с. 129) дієслово **quiet** зі значенням «Making little or no noise» [3] замінено метафоричним **трималося нишком**, що має сему 'тихо' та 'крадькома'. У перекладі наявна метафоризація із донорською сферою ЖИВА ІСТОТА.

I'm a hundred percent cool (Lockbox, 10) розмовне **cool** (крутий) у значенні «excellent» [3] в перекладі подано іменником **порядок** – «у доброму стані» [1, т.8, с. 302]. У перекладі *Zi мною все на сто відсотків в порядку* (с. 30) має місце применшення ознаки та заміна функціонально-стилістичної характеристики англійського **cool**.

Щодо формально-змістових заміни із прагматичним компонентом, то в перекладі переважають мегатекстові трансформації – коментування, виноска, примітки. Наявні в тексті перекладу фразеологічні трансформації, які представлені компаративними фразеологізмами, передачу яких перекладачеві не завжди вдавалося здійснити: *The instrumental break is almost all piano, and it's simple as pie* (Spoons, 5) // *Інструментальний переграш там майже весь на фортепіано, і він простий, як мило* (с. 142). Зворот **simple as pie** (простий як пиріг) передано українською **простий, як мило**, що є оказіональним фразеологізмом перекладача. Утім, не зовсім зрозумілою є саме така заміна: у тексті оригіналу поданий загальноновживаний фразеологізм, який в українській мові має відповідник **простий, як двері**. Та найбільшого здивування викликає використання саме слова **мило** у тексті перекладу.

Отже, аналіз формальних та формально-змістових трансформацій в українському перекладі роману С. Кінга «Доктор Сон», демонструє прагнення перекладача відтворити

відповідний інформативний та естетичний вплив на читача, надати мові твору образності та експресивності. Підбір українських еквівалентів, хоч і не завжди вдало, здійснювався з урахуванням особливостей мови перекладу задля відповідного прагматичного впливу на реципієнта.

Список використаних джерел:

1. Академічний тлумачний словник української мови: в 11 томах. – К. : Наукова думка, 1970 -1980
2. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. Монографічне видання / О. О. Селіванова. – Черкаси : Ю. Чабаненко, 2012. – 488 с.
3. Oxford Dictionaries. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.oxforddictionaries.com/>

Джерела фактичного матеріалу:

4. King Stephen. Doctor Sleep [Text] / Stephen King. – Scribner, September 24, 2013. – 532 p.
5. Кінг С. Доктор Сон: роман / Стівен Кінг; пер. з англ. та ком. О. Красюка. – Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2015. – 640 с.

Науковий керівник: д. філол. н., професор Селіванова О. О.

А. В. Шаповал

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПЕРЕКЛАД ЗАПЕРЕЧЕНЬ РОМАНУ ДЖ. ФАУЛЗА «КОЛЕКЦИОНЕР»

Заперечення належать до важливих категорій мови, становлячи одну з основних розумових операцій. Універсальність заперечення обумовлена прагненням людини до диференціації явищ дійсності й відбиттям цього процесу в мові. У лінгвістиці заперечення найчастіше розглядається як елемент значення речення, який указує, що зв'язок, який встановлюється між компонентами речення, на думку мовця, реально не існує або що відповідне стверджувальне речення відкидається мовцем як помилкове [1, 19]. Категорія заперечення в мові характеризується розгорнутою, складною системою засобів вираження й неоднорідністю семантики.

Категоріальна належність заперечення визначається як логіко-граматична, граматична, синтаксична, понятійна категорія. Лінгвістичне поняття заперечення, крім його відношення до слова й виразу, включає також і його віднесеність до морфеми. Лінгвісти звертаються до поняття заперечення в морфемній структурі слова, розглядаючи проблему антонімічних стосунків у мові. Однією з основних проблем перекладу заперечень є проблема досягнення їх адекватності в цільовому тексті.

Загальна історія заперечних конструкцій в багатьох мовах характеризується своєрідними коливаннями, які можна простежити на прикладі англійської мови.

Спочатку *ne* було первісним вигуком відрази, воно робилося, головним чином, м'язами обличчя – а саме скороченням м'язів носа. Згодом *ne* зникає, а разом з ним втрачається і значення відрази [2, 15]. В англійській мові стадії його розвитку були такі:

1) давньоанглійський період (до 1100) – *ne* було основним елементом заперечення: *Is ne secge*;

2) середньоанглійський період (1100-1500) – *ne* підсилювалося за допомогою *nought* або редукованої форми *not*: *I ne seye not*;

3) XIV – XVст. – *not* витіснило *ne* і стало основним запереченням у реченні: *I say not*;

4) у сучасній англійській мові заперечення підсилюється допоміжним дієсловом *do*: *I do not say*;

5) в останні роки *do not* скорочується в форму *don't*. Заперечення зливається з дієсловом, а літера *o* замінюється апострофом: *I don't say* [2, 32].

З вилученням або втратою заперечного прислівника стверджувальне значення слова змінювалося на заперечне. Найяскравіші приклади цього процесу знаходимо у французькій мові. В інших мовах перехід слова зі стверджувальним значенням у заперечення трапляється нечасто, наприклад: ісп. *nada* «нічого» з панцира. (res) *nata*, *nadie* «ніхто» й інші слова; в англійській знаходимо *but* з *ne...* *but*, порівн. діал. *nobbut*, цікаве *more* у значенні "no more" у південно-західній частині Англії, наприклад: *Not much of a scholar. More am I* [3, 10].

Під час аналізу основних засобів вираження заперечення в англійській мові на матеріалі роману Дж. Фаулза «Коллекціонер» [4] і його двох перекладів К. Чугунова [5] та І. Безсмертної [6] зроблені висновки, запропоновані власні варіанти перекладу заперечних конструкцій українською мовою та визначені особливості їх перекладу.

Отже, потреба у запереченні з'явилася дуже давно, ще у стародавні часи. Заперечення зазнало значних змін, про що свідчать етапи його розвитку. Кожна мова мала свої особливості вираження заперечення. Слова, заперечне значення яких не виражене формально-граматичними засобами часто трапляються в англійській мові.

Заперечення – елемент значення речення, який вказує, що зв'язок, який встановлюється між компонентами речення, на думку мовця, реально не існує або що відповідне стверджувальне речення відкидається мовцем як помилкове. Заперечення бувають різних видів і можуть проявлятися на будь-якому мовному рівні: лексичному, граматичному, синтаксичному та стилістичному.

На лексичному рівні заперечення може проявлятися у вигляді слів, які не мають формально-граматичних ознак заперечення. Такі слова найчастіше перекладаються за допомогою антонімічного перекладу, що призводить до того, що заперечення в оригіналі, яке було виражено на лексичному рівні в перекладі буде відтворюватися на граматичному рівні. На лексичному рівні перекладачі доволі часто використовують різні граматичні трансформації, з огляду на те, що вихідна мова та мова перекладу відносяться до різних граматичних груп.

Іноколи слова, які мають імпліцитне заперечне значення в оригіналі не мають лексичного заперечного відповідника в мові перекладу. В таких випадках перекладач змушений нехтувати формою. Але існують слова, заперечне значення яких збігається в мовах першотвору та перекладу.

Особливість імпліцитного заперечення полягає в асиметрії плану змісту та плану вираження. Тому перед перекладачем постає питання, що є найважливішим – відтворити форму чи зміст у перекладі в кожному окремому випадку. Перекладачі часто застосовують метод компонентного аналізу для того, щоб вичленити в слові сему заперечення.

Заперечні афікси в англійській мові приєднуються лише до іменних основ. Дієслівні ж основи з заперечними афіксами не поєднуються, тому що дієслівне заперечення передається в англійській мові аналітичною формою дієслова з часткою *not*. За наявності заперечних афіксів значну більшість становлять префікси. Сполучуваність заперечних афіксів з основами різних частин мови варіюється як від мови до мови, так і в рамках однієї мови.

Найпоширенішим засобом вираження заперечення є заперечна частка *not*, яка у перекладі відповідає заперечній частці *не*. Було виявлено 458 речень з заперечною часткою в оригіналі, з яких І. Безсмертна відтворила 87%, а К. Чугунов 82 %. Найбільшою кількістю похідних слів у тексті був представлений префікс *un-* – 43 % (від суми усіх заперечних префіксів), 22 % – префікс *in-*, 16% – префікс *dis-*, 11 % – префікс *im-*, 8 % – префікс *non-*, 3 % – префікс *de-*, 2% – префікс *mis-*. А з префіксами *ab-/a-* було знайдено лише два слова (*abnormal, amoral*). Заперечних суфіксів в англійській мові лише два: *-less* та *-free*. Суфікс *-less* завжди відповідає російському префіксу *не* або *без/бес* чи українському *не/без* і не викликає труднощів під час перекладу. Речень із цим заперечним суфіксом в досліджуваному творі було знайдено лише 28. Речень з суфіксом *-free* не було виявлено.

Емфаз та риторичні питання, які супроводжуються специфічною інтонацією слугують для того, щоб досягнути більшої емоційності. Під час перекладу емфаз та риторичних питань, які виконують функції заперечення, перекладачі намагаються максимально відтворити форму та зберегти зміст.

Список використаної літератури:

1. Бондаренко В. Н. Отрицание как логико-грамматическая категория / Бондаренко В. Н. – М. : Наука, 2003. – 211 с.
2. Мамедов Б. Р. Категория отрицания в современном английском языке / Мамедов Б. Р.– Баку : Астрельс, 2007. – 190 с.
3. Алигусейнова Ф. Ш. Типология отрицания в русском, лезгинском и английском языках / Алигусейнова Ф. Ш. – Махачкала : МИИЯ, 2007. – 153 с.
4. Fowles J. The Collector / J. Fowles – New York : First Laurel Edition, 2004. – 255 p.

5. Фаулз Джон. Коллекционер ; [пер. с англ. К. Чугунова]. – М. : ВИСМО, 2007. – 148 с.
6. Фаулз Дж. Пять романов: Башня из черного дерева. Элюдик. Коллекционер. Энигма. Тучая ; [пер. с англ. И. Бессмертной]. – М. : АСТ, 2007. – 444 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Кикоть В. М.

Н. Є. Юнікова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПЕРЕКЛАД КОЛОРОНІМІВ РОМАНУ О. УАЙЛЬДА «ПОРТРЕТ ДОРІАНА ГРЕЯ»

Відмінності в системах кольоропозначень різних мов зумовлені, насамперед, відмінностями природних умов проживання людей, носіїв цих мов, а також їх психофізичними особливостями. Способи перекладу кольоративних композит з англійської мови українською є актуальною темою дослідження з низки причин, головною з яких є кількісне переважаєння кольоропозначень в англійській мові, значне семантичне навантаження цих лексем у різностильових текстах.

Колороніми або кольороназви визначаються як лексеми, денотативним значенням яких є ознака кольору [1, 284]. Сприйняття кольору різними народами та його трактування неоднакове. Тому багатство барв навколишнього світу, своєрідно відображається й у різних мовах [2, 5]. Це означає, що ставлення до кольорів визначається культурно-історичними традиціями та звичаями народу.

Оскар Уайльд, вміло використовуючи кольоропозначення для створення образів своїх героїв, дуже часто включає переносні значення кольору в психологічний портрет персонажів.

Звернімося до назви його роману «Портрет Доріана Грея». Прикметник *grey* (*сірий*) часто означає консерватизм, витонченість, проте, проаналізувавши характер головного героя, а також події, що з ним відбуваються, читач розуміє, що ім'я героя символічне: воно містить негативну коннотацію. Сірий колір – символ воскресіння з мертвих, колір трауру. Перед нами не що інше, як «живий труп», зовні розфарбований у привабливі фарби: *gold hair* (золоте волосся: золотий із значенням розкоші, надмірності); *made of ivory and rose leaves* (створений із слонової кістки і пелюсток троянд: значення рожевого кольору – солодкість, задоволення, грайливість, романтика, витонченість, колір слонової кістки – безтурботність, задоволення); *scarlet lips* (яскраво-червоні губи – життя, спокуси); *frank blue eyes* (ясні блакитні очі – символ заспокоєння, інтелекту, невинності) [3, 235].

Нижче подано кількісний та відсотковий розподіл способів перекладу колоронімів в українському перекладі роману «Портрет Доріана Грея».

Переклад еквівалентною синтаксичною конструкцією виявився найпродуктивнішим (55 прикладів, що становить 44% від загальної кількості вибірки). Наприклад: *The studio was filled with the rich taste of roses, and when the light summer wind stirred amidst the trees of the garden, there came through the open door the heavy scent of the lilac, or the more delicate perfume of the pink-flowering thorn* [3, 2] // *Майстерню художника сповнювали густі пахощі троянд, а коли в садку здіймався літній легіт, він доносив крізь відчинені двері то п'який запах бузкового цвіту, то погідніший аромат рожевих квіток шипшин* [4, 4]. Кольоративну композиту *pink-flowering* передано еквівалентною конструкцією. Український переклад не містить композити на позначення кольору. Перекладач вдається до покомпонентного перекладу: переклавши слово *pink* як *рожевий* (переклад еквівалентом), а сполучення *flowering thorn* як *квіток шипшини*, враховуючи при цьому контекст речення та зосереджуючи увагу на значенні. Отже, переклад колороніма *pink-flowering* виконано за допомогою еквівалентної синтаксичної конструкції. В українському варіанті автор вживає словосполучення з метою побудувати речення відповідно до норм української мови.

Інший спосіб перекладу – переклад композит з вилученням однієї з основ англійської композити (26 прикладів, що становить 21% англійських кольоративних композит у творі): *Lord Henry smiled, and leaning down, plucked a pink-petalled daisy from the grass and examined it* [3, 12] // *Лорд Генрі посміхнувся, а тоді нахилився й зірвав у траві рожеву стокротку* [4, 9].

У перекладі вилучено еквівалент лексеми *petalled*, оскільки він міг би обтяжувати переклад, до того ж у слові *рожевопелюстковий* (структурно-семантичний відповідник) спостерігається семантична надлишковість.

Переклад композит за аналогією (10 прикладів, що становить 8% досліджених кольоративних композит) передбачає смислову заміну всієї композити або її частини у перекладі з метою полегшення сприйняття інформації. До перекладу за аналогією вдаються у випадках, коли реалія, позначена певною мовною одиницею, є невідомою або маловідомою людям іншої культури. Наприклад: *pallid, jade-faced painters of Tokyo* [3, 59] // **блідоллицих художників із Токіо** [4, 64]. *Jade* як дієслово перекладається *вимучити, виснажити*. Інше слово *нефрит* позначає маловідомий, з причини незначного розповсюдження в Україні, камінь.

Переклад структурно-семантичним відповідником (26 прикладів, 21% всіх композит) полягає в збереженні композитної структури та смислу англійської композити українською мовою: *He would often spend a whole day settling and resettling in their cases the various stones that he had collected, such as the olive-green chrysoberyl that turns red by lamplight, the pistachio-coloured peridot, rose-pink and wine-yellow topazes, carbuncles of fiery scarlet with tremulous, four-rayed stars, flame-red cinnamon-stones, orange and violet spinels, and amethysts with their alternate layers of ruby and sapphire* [3, 148] // **Часто, бувало, увесь день сидів він, то перебираючи, то розкладаючи по скриньках камінці зі своїх скарбів – як от оливково-зелені хризоберили, що багряніють при штучному освітленні; кимофарі, перевиті сріблястими волосинками; фісташкового кольору перидоти; рожевуваті й золотаві, наче вино, топази; полум'яно-червоні іскрики з мерехтливими чотирипромінними зірочками всередині; огнистобарвні гранати; жовтогарячі та бузкові шпинелі; аметисти, що леліють то рубіном, то шафіром** [4, 151]. У цьому реченні використано 5 кольоративних композит з яких *olive-green* та *flame-red* перекладені композитами *оливково-зелені* та *полум'яно-червоні*, що є як структурними, так і семантичними еквівалентами.

Цікавим способом перекладу виявився переклад кольоративних композит із заміною однієї з основ англійської композити. Трапляється 7 таких випадків, що становить 6% всіх випадків перекладу композит: *In places the neat fences that lined the road were almost obliterated under the thick cloak of convolvulus, rung with electric-blue flowers the size of saucers, and every third or fourth fence-post would have balanced upon it the strange, football-like nest* [3, 15] // **Де-не-де низенькі паркани були зовсім заховані під густими зарощами в'юнків, усіяних голубувато-сірими квітами розміром з блюдце, а майже на кожному стовпчику паркану знаходилося дивне, схоже на футбольний м'яч, гніздо** [4, 17]. Очевидно зі стилістичних міркувань та для кращого розуміння перекладач вдався до перекладу *голубувато-сірими*, що саме по собі достатньо передає цей колір.

Отже, аналізований роман О. Уайльда характеризується широким використанням колірної лексики, яка є одним із засобів зображення авторського бачення світу. Кольоропозначальна лексика є одним із виразних засобів творення художньої образності роману. Своєрідність кольоропозначень проявляється в тому, що О. Уайльд часто надає тій чи тій колірній гамі символічного значення, яке дозволяє краще зрозуміти психологію персонажів і драматизм ситуацій.

Проаналізований мовний матеріал дозволив зробити наступну класифікацію колірної лексики: слова в їхньому прямому значенні; слова в переносному, метафоричному і символічному значенні; слова в авторському тлумаченні. У перекладі художнього твору неминучі відмінності від вихідного тексту: а) заміни; б) додавання; в) вилучення.

Відтінки передаються наступними способами: зверненням до однослівних синонімів або елементів відповідної лексико-семантичної групи; за допомогою використання словотворчих способів словоскладання.

Аналіз відтворення кольоративних композит на матеріалі перекладу твору О. Уайльда «Портрет Доріана Грея» Р. Доценком, виявив наступні способи їх перекладу: 1) переклад кольоропозначень еквівалентною синтаксичною конструкцією; 2) переклад кольоропозначень із вилученням однієї з основ англійської композити; 3) переклад кольоративних композит за аналогією; 4) переклад композит структурно-семантичним еквівалентом; 5) переклад кольоропозначень із заміною однієї з основ англійської композити.

Список використаної літератури:

1. Венкель Т. В. Синтагматичні, парадигматичні та епідигматичні характеристики прикметників на позначення кольору в англійській мові / Венкель Т. В. – Чернівці : ЧДУ, 2004. – 285 с.
2. Постникова И. И. Экспрессивность цветового определения в портретных описаниях / Постникова И. И. – Куйбышев. : Эра, 1981. – 57 с.
3. Wilde O. The Picture of Dorian Gray / Oscar Wilde. – М. : Progress Publ., 1993. – 235 р.
4. Уайльд О. Портрет Доріана Грея / Оскар Уайльд ; [пер. з англ. та прим. Р. Доценка]. – К. : Дніпро, 2008. – 240 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Кикоть В. М.

А. В. Юхно

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ПЕРЕДАЧА ІДІОСТИЛЮ АВТОРА ОРИГІНАЛУ В ПЕРЕКЛАДІ (НА МАТЕРІАЛІ ПОВІСТІ І. ТУРГЕНЄВА «ПЕРШЕ КОХАННЯ»)

Адекватна передача образної інформації художнього твору мовою перекладу, а також мінімізація втрат у процесі відтворення ідіостилю автора в перекладі потребують уваги як перекладачів так і перекладознавців.

Основною метою художнього перекладу можна вважати збереження ідіостилю автора оригіналу. Досі немає єдиної думки щодо визначення його характерних рис та використання єдиного терміна для індивідуальної авторської манери (ідіостиль, ідіолект, стиль, індивідуальний стиль, стильова манера). Поняття ідіостилю було введено у літературознавчий вжиток А.І. Єфімовим, який визначив його як індивідуальну систему побудови мовних засобів, яка виробляється і застосовується письменником при створенні художніх творів, а також як манеру вибору та використання слів [2, 29].

Відтворення ідіостилю автора тексту є важливою проблемою для перекладача художньої літератури. Від адекватності перекладу залежить повнота відображення індивідуального стилю автора художнього твору. Перекладаючи художній твір, необхідно, перш за все, визначити особливості ідіостилю автора, а саме: стилістичні прийоми, які він використовує, та стилістичні доміанти твору. Якщо перекладач не буде враховувати особливості стилю ідіостилю автора, то він не відтворить оригіналу в єдності його змісту й художньої форми [1, 33].

Мета нашої розвідки: окреслити основні компоненти ідіостилю І. Тургенєва, передача яких важлива у перекладі його повісті «Перше кохання». Твори І. Тургенєва перекладені багатьма мовами світу, це свідчить не тільки про величезний інтерес до письменника, що зумів створити неповторний стиль, показати в своїх творах найрізноманітніші манери мови, всі мовні стилі епохи. Своєю метою І. Тургенєв вважав не створення «якоїсь особливої російської мови» [4, 237] художньої літератури, а використання багатства і виразності загальнонаціональної мови: «створити мову – створити море. Воно розлилося кругом безбережними і бездонними хвилями; наша письменницька справа – направити частини цих хвиль в наше русло, на наш млин» [4, 237].

Фразеологічні одиниці є надзвичайно важливим мовним матеріалом у творчості І. Тургенєва: саме фразеологічні звороти надають мові автора або оповідача барвистості й образності, роблять її більш емоційною; фразеологізми відіграють значну роль в індивідуалізації мови героїв, створення їх так званих «фразеологічних портретів».

І. Тургенєв часто застосовує епітети – слова чи словосполучення, що допомагають слову набути нового значення або смислового відтінку, підкреслюють характерну рису, визначальну якість певного предмету або явища, збагачують мову новим емоційним сенсом:

- *Мой отец, человек еще молодой и очень красивый, женился на ней по рас чету // Мій батько, людина ще молода і дуже гарна на вроду, одружився з нею з інтересу.*

- Во всем, что я думал, во всем, что я ощущал, таилось **полусознанное, стыдливое предчувствие чего-то нового, неслуханно сладкого, женского** // В усьому, що я думав, в усьому, що я відчував, тайлося **напівсвідоме, соромливе передчуття чогось нового, неслуханно солодкого, жіночого**.

Для ідіостилю І. Тургенєва притаманні метафори – «найпродуктивніший креативний засіб збагачення мови, вияв мовної економії, семіотична закономірність, що виявляється у використанні знаків однієї концептуальної сфери на позначення іншої, уподібненої до неї в якомусь відношенні» [3, 460]:

- *О краткие чувства, мягкие звуки, доброта и утихание тронутой души, тающая радость первых умилений любви, - где вы, где вы?// О лагідні почуття, ніжні звуки, доброта і стихання зрушеної душі, томлива радість перших поривань кохання - де ви, де ви?*

- *Я почувствовал большую усталость и тишину... но образ Зинаиды продолжал носиться // Я відчув велику втому і спокій... але образ Зінаїди все ще переможно витав.*

Для ідіостилю І. Тургенєва характерно використання порівнянь – одного з художніх засобів, у якому один предмет, подія зіставляються з іншими, у яких ці особливості виявлені різко, яскраво. Порівняння виконують зображальну і емоційно-оціночну роль в ідіостилі Тургенєва:

- *А Зинаида все играла со мной, как кошка с мышью // А Зінаїда все гралася зо мною, як кішка з мишею.*

- *Все мы, как Полоний в «Гамлете», решили, что облака напоминали именно эти паруса и что лучшего сравнения никто из нас не прищет // Всі ми, як Полоній у «Гамлеті», вирішили, що хмари нагадували саме ці вітрила і що кращого порівняння ніхто з нас не добере.*

Також І. Тургенєв застосовує алегорію – спосіб двопланового художнього зображення, що ґрунтується на приховуванні реальних осіб, явищ і предметів під конкретними художніми образами з відповідними асоціаціями, з характерними ознаками приховуваного:

- *И теперь, когда уже на жизнь мою начинают набегать вечерние тени, что у меня осталось более свежего, более дорогого, чем воспоминания о той быстро пролетевшей, утренней, весенней грозе?// І тепер, коли вже на життя моє починають набігати вечірні тіні, що в мене лишилося свіжішого, дорожчого за спогади про ту вранішню, весняну грозу, що так швидко пролинула?*

Названі вище елементи ідіостилю І. Тургенєва знайшли втілення в українському перекладі його повісті «Перше кохання», адже мова є вирішальним фактором у розкритті творчої індивідуальності письменника.

Таким чином, дослідження ідіостилю є важливою проблемою перекладознавства, адже метою адекватного художнього перекладу є точна передача змісту тексту та збереження особливостей стилістики автора. У дослідженні ідіостилю найважливішими є такі властивості мови як творчий характер, функціональна спрямованість, роль у відображенні авторського бачення світу. Художній текст несе на собі відбиток авторських уявлень, концепцій, досвіду, ціннісних орієнтирів та особистісних ознак, які є генетично, культурно та соціально детермінованими. Це вимагає від перекладачів «орієнтації на врахування екстралінгвістичних і культурологічних чинників породження та сприйняття художнього твору» [5].

Список використаної літератури:

1. Демецька В.В. Теорія адаптації в перекладі : дис. ... д. філол. наук : спец. 10.02.16 «Перекладознавство» / В.В. Демецька. – Київ, 2008. – 580 с
2. Ефимов А.И. Стилистика русского языка / А.И. Ефимов. – Москва : Просвещение, 1969. – 260 с.
3. Селіванова О. О. Світ свідомості в мові. Мир сознания в языке. / О. О. Селіванова. – Черкаси: Ю. Чабаненко, 2012. – 418 с.
4. Фет А. Воспоминания / Предисл. Д. Благого. Сост. и прим. А. Тархова. – Москва : Правда, 1983. – 490с.
5. Псурцев, Д.В. Перевод и дискурс. // Вестник МГЛУ, Выпуск 463. – М. : 2002. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.thinkaloud.ru/sciencelr.html>.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Литвин І. М.

ЗАРУБІЖНА ЛІТЕРАТУРА

ТЕМА КРАСИ ТА ПОТВОРНОСТІ У РОМАНІ В. ГЮГО «СОБОР ПАРИЗЬКОЇ БОГОМАТЕРІ»

Актуальність теми. Роман «Собор Паризької богоматері», що належить перу великого французького письменника Віктора Гюго (1802-1885), ось уже понад півтора століття із захопленням читається у всіх кінцях землі. Яскраві картини життя далекого минулого, захоплююча фабула, драматичні долі героїв, а головне, гуманізм, пристрасний захист людини від зла і несправедливості, що наближає книгу до наших днів, все це робить нев'яучим шедевр Гюго, створений ним у молоді роки. Суперечність між ідеалом і дійсністю своєрідно відбилася в світогляді і творчості В. Гюго. Життя бачиться йому сповненим конфліктів і дисонансів, тому що в ньому йде постійна боротьба двох вічних моральних начал – Добра і Зла. І передати цю боротьбу покликані кричущі «антитези» (контрасти) є головним художнім принципом письменника. Одним із таких контрастів є протиставлення в романі краси й потворності.

Ще з давніх часів відомі два тлумачення краси, яскраво відображені давньогрецьким філософом Платоном у діалозі «Гіппій Великий». Одне з них (з позиції Гіппія) пов'язане з намаганням дати відповідь на питання «Що прекрасне?» з перерахуванням відповідних об'єктів. Друге (з позиції Сократа) – ставить проблему інакше: «Що є прекрасне?», намагаючись з'ясувати сутність краси. Тому **метою** нашого дослідження і стало вивчення основних персонажів твору з точки зору цієї антитези.

Творчість В. Гюго як яскравого представника романтизму в літературі широко досліджувалася багатьма науковцями, як-от Д. С. Наливайко, Т. М. Баратова, С. Б. Брахман, Н. Н. Сафонова, К. О. Шахова та ін.

У романі В. Гюго яскраво відображається співіснування краси та потворності. Твір побудовано на основі протиставлень, антитез (протиставлення – це стилістична фігура, яка утворюється зіставленням слів або словосполучень, протилежних за своїм змістом) насамперед на рівні персонажів. На початку твору розподіл персонажів на позитивних і негативних відрізняється від того, який ми маємо у фіналі. Квазімодо перемагає на виборах папи блазнів завдяки своєму жахливому обличчю, яке звичайній людині видавалося дуже дотепною гримасою. Не тільки обличчя, але й вся постать велетня здавалася потворною гримасою: «Величезна голова, вкрита рудою щетиною; між плечима – здоровенний горб, а другий, такий же на грудях; дивовижна будова стегон і ніг, настільки вигнутих, що вони сходилися тільки в колінах і були схожі на два серпи, з'єднані ручками; широкі ступні, потворні руки» [3, с. 46]. Автор зазначає, що ця потворність доповнювалася якимось грізним виразом сили, спритності та відваги, що аж ніяк не узгоджувалося із загальноприйнятими канонами, оскільки споконвічно краса і сила були наслідком гармонії. Обрання Квазімодо папою блазнів було найвищим його досягненням у суспільстві людей. З дитинства він знав тільки страждання, жорстокість образи. Із народження його називали «маленьким страховиськом», а не дитиною. Але якщо згадати його добрі вчинки, наприклад, коли врятував Есмеральду, то виявляється, що Квазімодо, потворний глухий горбань, спроможний на прекрасне почуття. Його кохання сильне, однак заради нього він теж готовий на злочин. Якщо проаналізувати поведінку іншого персонажа – архідиякона Клода Фролло, то він був незвичайною людиною. Від народження батьки обрали для нього духовну кар'єру. Його навчили читати латинські книги, опускати очі додолу й говорити притишеним голосом. Самого хлопчика, скоріше за все, приваблювала не стільки кар'єра священника, скільки здобуття нових знань. Так, безумовно, він був красивим ззовні, розумним, але незважаючи навіть на те, що він був священником, він не мав душі. Кохання засліпило його серце. Саме на цій особливості побудована антитеза Фролло – Квазімодо. Клод Фролло керується розумом.

Його розум одержує повну перемогу над серцем, він не здатен на співчуття, жаль. В Есмеральді, головній героїні роману, поєднується краса зовнішня і внутрішня. Дівчина уособлює найкращі жіночі риси. Вона не тільки прекрасна зовнішньо, а й обдарована чудовим голосом, в якому звучить її ніжна і пристрасна душа. Її кохання до молодого капітана Феба де Шатопера розкриває її прагнення і здатність до сильних почуттів. Найбільше її багатство – це красива душа. При цьому душевна велич і висока людяність властиві лише знедоленим людям із низів суспільства, саме вони справжні герої роману. Вулична танцюристка Есмеральда символізує моральну красу народу, глухий і потворний дзвонар Квазімодо-потворність соціальної долі пригноблених. Саме в образі Квазімодо найбільш яскраво виявилася досліджувана нами антитеза: зовнішнє неподобство приховує в ньому душевну красу; викривлений, горбатий і одноокий – справжнє романтичне чудовисько – він здається «химерою, що ожила», люди ненавидять його за каліцтво, а він платить їм озлобленням. І нікому, навіть Есмеральді, не дано розгадати його прекрасну душу, недарма він гірко шепоче слідом щасливому супернику: «Значить, ось яким треба бути! Красивим зовні!»

Отже, В. Гюго показує, що краса і потворність можуть існувати поруч, що люди не хочуть бачити прекрасного: ніхто не зрозумів Квазімодо і його любові. А прекрасне не завжди може виправити злої душі: так, любов до Есмеральди не робить Клода Фролло кращим духовно. Добро і зло тісно поєднані, інколи людині дуже важко визначити межу між ними. Вони завжди у боротьбі, в якій гине чимало прекрасного (саме так читач сприймає смерть Есмеральди). Але Гюго вірить у переможну силу добра, в людський прогрес. Адже якою б прекрасною зовні не була людина, найважливіша в ній краса внутрішня.

Список використаної літератури:

1. Наливайко Д. С., Шахова К. О. Зарубіжна література XIX ст. Доба романтизму. – Тернопіль, 2001. – 416 с.
2. Артемова Л. О. Доля, що вирішує все // Зарубіжна література в школах України. – 1998. – № 3. – С. 6 – 9.
3. Баратова Т. М. Гюго Віктор. Собор Паризької Богоматері // Зарубіжна література в школах України. – 2006. – № 1. – С. 96 – 102.
4. Гюго В. Собор Паризької Богоматері. – К. : Дніпро, 1989. – 469 с.
5. Рогозинський В. В. В. Гюго і його «кам'яна симфонія» // Всесвітня література та культура середніх навчальних закладах України. – 2001. – № 3. – С. 33 – 41.

Науковий керівник: к. пед. н., доцент Кретьова О. І.

К. С. Бабак

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОБРАЗ ДЖОКОНДИ ЯК КЛЮЧ ДО РОЗКРИТТЯ ГОЛОВНОЇ ІДЕЇ ОПОВІДАННЯ Р. БРЕДБЕРІ «УСМІШКА»

Боротьба за збереження гуманістичних цінностей, формування власної ідентичності на засадах добра, краси і справедливості визначають актуальність вивчення творчого доробку відомого американського письменника Рея Бредбері. Почуття людяності та любові до прекрасного, як вважав митець, необхідно зберігати та передавати людям майбутнього, тоді вони зможуть протистояти дегуманізації та бездуховності, що поширюється сьогодні, а ще більше загрожують прийдешньому.

До вивчення творчості Р. Бредбері звертались такі вітчизняні й зарубіжні дослідники, як С. Бережний, Я. Засурський, О. Леонов, Г. Прашкевич, В. Скурлатов, І. Михайлин, Л. Козубенко та ін.

Мета статті полягає в дослідженні впливу творчості Леонардо да Вінчі на задум і його втілення в новелі Р. Бредбері «Усмішка».

Картина Л. да Вінчі «Джоконда», що стала своєрідним символом духовності, гуманності, загадковості та краси належить до визначної пам'ятки людства. Усмішка Джоконди постає

однією із героїнь новели Р. Бредбері, що порушує важливі проблеми, пов'язані із сенсом та якістю життя людини, уявленнями про культурну спадщину та доцільність існування людства.

Митців, що належать до різних національних культур та різних епох, об'єднують переконання про цінність людини як особистості, її моральне піднесення, про перемогу краси над ненавистю. Зазираючи на кілька століть уперед, Р. Бредбері дає трагічні відповіді на запитання, означені Леонардо да Вінчі: людство і людина прямують не тим шляхом, втрачаючи все світле, прекрасне, радісне.

У новелі Р. Бредбері визначальним композиційним прийомом виступає прийом контрасту, відповідно до якого зруйнований світ після атомної катастрофи («Міста – купи руїн, дороги від бомбардувань – наче пилка, вгору-вниз, поля ночами світяться, радіоактивні...» [1]), ненависть до цивілізації, її минулого, її надбань, що живе в серцях людей («Людина ненавидить те, що її занастало, що їй життя поламало»; розваги на свята – нищити, трошити речі з минулого [1]) протиставляються тендітній та м'якій посмішці з картини великого художника минулого («Жінка на картині посміхалася таємничо-сумовито, і Том, відповідаючи на її погляд, відчував, як калатається його серце, а у вухах неначе лунала музика. – Вона гарна, – повторив він» [1]).

Як і його великий попередник, Р. Бредбері вірить у духовне відродження людини не зважаючи на те, що з розвитком новітніх технологій люди все більше відчужуються від суспільства, перестають чути одне одного, перестають любити. На думку письменника, якщо в серці хоча б однієї людини перемає добро, світ ще не загинув, людство ще може врятуватися [3, 2]. В новелі висловлюється мрія про «людину, в якій душа горнеться до гарного», яка поверне світові гармонію [3, 645]. Героєм, що має стати «людиною з душею», письменник обирає дитину не випадково: ще не зіпсована душа хлопчика Тома має стати запорукою перемоги добра, краси й гармонії у світі. Дитинство – найщиріший період життя людини, період чистоти, невинності, духовності, беззаперечної відданості прекрасному. Тому саме Том стає символом майбутнього, прийдешніх змін в поколіннях, а саме слово «Усмішка» написано з великої літери, що перетворює її на образ – символ Гуманності, Мистецтва, Краси, Духовності: «...Світ став, осіяний місяцем. А на його долоні лежала Усмішка» [1]. Ще один образ-символ, що постає перед читачами, це час доби – ранок, адже саме ранок – період народження нового дня, нового життя, надії на краще.

Таким чином, на глибоке переконання автора, почуття прекрасного, що живе в надрах душі кожної людини, – це шлях до відродження усєї цивілізації. Оптимізм, властивий творчості письменника, звучить у рядках твору: «А я кажу, з'явиться. Людина, в якій душа горнеться до гарного. Вона поверне нам – ні, не стару, а, так би мовити, органічну цивілізацію, таку, щоб ми могли жити мирно» [1]. Допомога людству необхідна вже сьогодні, й тоді, можливо, ця прекрасна усмішка буде жити у майбутніх поколіннях. Людина і суспільство, подібно до природи, мають бути доскональними. Усмішка набуває сенсу образу-символу, а письменник означає питання – краса врятує світ, чи світ врятує красу? – відповідь на яке має знайти сам читач.

Список використаної літератури:

1. Бредбері Р. Усмішка / Рей Дуглас Бредбері.[Електронний ресурс] – Режим доступу: // <https://www.ukrlib.com.ua>.
2. Козубенко Л. Загальнолюдська парадигма малої прози Рея Бредбері / Леонід Козубенко // ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди». – 2016. – № 23. – С. 8.
3. Скурлатов В. О творчестве Рэя Бредбери / В. Скурлатов. – М. : Правда, 1987. – С. 643–653.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Богданова І. В.

РЕЦЕПЦІЯ ПОЕЗІЇ Р. БЕРНСА «MY HEART'S IN THE HIGHLANDS» М. ЛУКАШЕМ (КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ)

Пошук адекватних шляхів перекладу іноземної літератури набуває особливої актуальності у наш час. Письменники та представники сучасної перекладацької школи продовжують досліджувати проблеми створення перекладів, здатних передати особливості менталітету, способу життя, своєрідності іншої національної культури та творчості митців.

До перекладів поетичного доробку Роберта Бернса, видатного шотландського барда, долучалась плеяда відомих українських перекладачів ХІХ–ХХ ст.: І. Франко, П. Грабовський, В. Щурат, С. Голованівський, В. Мисик, М. Лукаш, М. Бажан.

Творчий доробок поета мовою оригіналу і переклади стали об'єктом вивчення вітчизняними та зарубіжними дослідниками, серед яких: О. Смольницька, І. Качуровський, Л. Коломієць, М. Новикова, М. Стріха, Олена О'Лір.

Домінантами творчості Р. Бернса, безсумнівно, можна вважати глибокий патріотизм, любов до рідного краю і простого трудівника-селянина, чю працю він оспівував у багатьох поезіях. Поету вдалося піднести шотландську літературу на вищий рівень та стати національним героєм Шотландії, а його поема «Шотландці» стала неофіційним гімном.

Творчість Р. Бернса анітрохи не втратила своєї актуальності й для нас, людей іншої культури, іншої епохи. Роберт Бернс близький і зрозумілий нам своїм глибоким патріотизмом. Багатогранність лірики Бернса привертала увагу перекладачів упродовж кількох століть. У кожному перекладі його творів віддзеркалюється як ідіостиль автора, так і індивідуальність самого перекладача.

Особливий інтерес становить поезія Р. Бернса «My heart's in the Highlands», що вивчається у шкільному курсі зарубіжної літератури у 6-му класі. Переклад М. Лукаша – «Моє серце в верховині» – визнаний одним із найкращих і введений у шкільну програму. Метою статті є порівняння оригіналу твору Р. Бернса «My heart's in the Highlands» з його перекладом, здійсненим М. Лукашем.

Ліричний герой в оригіналі і перекладі – вірний син свого народу, відданий йому і пов'язаний з ним міцними духовними путами. Прощання героя з рідним краєм (в оригіналі повторюване «farewell») сповнене тугою розставання і завіренням у любові та вірності: «for ever I love». У перекладі образ рідної землі, що стало асоціюється з горами, передається як образ «верховини», якій герой віддає найдорожче: «Моє серце в верховині і моя любов». М. Лукаш нарівні з лексемою «серце» використовує слово «душа», що може вважатися відповідником слову «heart» в українській культурі («моє серце в верховині і душа моя»).

Шотландія в оригіналі описується як «The birth-place of valour, the country of worth». У перекладача рідний край – «честі й слави батьківщина, вольності розмай». Хоча переклад майже точний, але все ж таки тут відчувається національна приналежність автора та перекладача.

У Бернса почуття любові до вітчизни стверджується неодноразовим використанням образу серця, що виступає наскрізним образом поезії і корелює з образом Шотландії та рідної природи: «my heart's in the Highlands». Природі відводиться третя строфа поезії, в якій конкретизується образ рідної землі: це «the mountains», «the forests», «the green valleys», «the torrents and loud-pouring floods». Образ природи в оригіналі вірша розкривається через слухові («loud-pouring floods») та зорові образи («the mountains, high-cover'd with snow», «the forests and green valleys», завдяки чому у сприйнятті читача формується вертикаль «гори – долини». У перекладі М. Лукаша образу природи відводиться друга строфа. Образна система перекладу не менш багата на образи природи гір; впадає в очі попарне поєднання образів і велика кількість епітетів: «сині гори, білії сніги», «темні звори й світлії луги», «пуці дикі й тіняві гаї», «буйні ріки й бистрі ручаї», які вступають у стосунки антонімії, у тому числі оказіональні (синій – білий, темний – світлий, дикий – тінявий) чи синонімії (буйний, бистрий), що сприяє поглибленому уявленню про гірській край.

Відмінності у лексичній базі стосуються другої строфи бернсівської поезії. В оригіналі герой виступає мисливцем на оленів та козуль («*chasing the wild deer, following the roe*»). У перекладі ці образи відсутні, натомість використовується образ сокола – традиційне для українців уособлення свободи та вільнолюбства. Образ сокола та вітрів, яким «*мрія лине навздогін*», співзвучні українським уявленням про волю та незалежність.

Чудовий знавець поетичного і пісенного шотландського фольклору, Бернс ніби синтезував у своїй творчості дві галузі – поезію і музику [2, 74]. У перекладі спостерігається зміна ритміко-мелодійного малюнку вірша. Оригінал написано амфібрахієм, римування ААВВ, у перекладі використано більш пружний і енергійний хорей. Перекладачеві вдалося зберегти еквілітарність, тобто рівнорядковість, та тип римування.

Отже, порівнявши оригінал та переклад, можна дійти до висновку, що М. Лукаш використав універсалістську установку, що, за О. О. Селівановою, нівелює або робить мінімальною розбіжність онтологій культур, доводячи до рівня можливості компетентного читача розуміти ці відмінності [1].

Список використаної літератури:

1. Литвин І. М. Перекладознавство. Науковий посібник / І. М. Литвин. – Черкаси: вид. Ю. А. Чабаненко, 2013. – 288 с.
2. Нечипорук О. Д. Великий поет Шотландії / О. Д. Нечипорук. – К., 1973. – 256 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Богданова І. В.

В. М. Барнякова

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОБРАЗ ДОН ЖУАНА В КОМЕДІЇ М. ФРІША «ДОН ЖУАН, АБО ЛЮБОВ ДО ГЕОМЕТРІЇ»

Образ Дон Жуана – один з образів світової літератури, що не втрачає актуальності упродовж останніх кількох століть. При збереженні основної домінанти образу – потягу до прекрасної половини людства, – його наповнення варіюється залежно від соціокультурних та особистісно-авторських чинників. У літературі ХХ ст. найкolorитніший образ спокусника створено видатним швейцарським драматургом і прозаїком М. Фрішем.

Мета статті – інтерпретація образу Дон Жуана в комедії М. Фріша «Дон Жуан, або Любов до геометрії». Актуальність роботи визначається новим постмодерністським підходом до інтерпретації вічних образів у світовій літературі.

У сучасному та зарубіжному літературознавстві вивчення творів про Дон Жуана має багату традицію. Окремі аспекти образу вивчали такі видатні дослідники, як Д. І. Новохатський, В. Ю. Сілюнас, Б. Б. Шалагінов, Є. В. Волощук, О. П. Чертенко та ін.

Перші згадки про Дон Жуана датуються XIV століттям. Його прототипом вважають Дон Хуана де Теноріо, знатного вельможу при дворі кастильського короля Педро Жорстокого. Також Дон Хуан згадується у хроніках та у списку лицарів ордена Підв'язки. Ім'я та вчинки молодого розпусника овіяні легендами. Відповідно йому приписують вбивство командора ордена, який захищав честь своєї дочки, та неочікувану смерть: ченці-францисканці нібито заманили Дон Хуана у монастирський сад і вбили його, поширивши чутки, що Дон Хуан був скинутий у пекло [4, 223]. Перший літературний образ Дон Жуана був створений іспанським ченцем Тірсо де Моліна у п'єсі «*Севільський бешкетник, або Кам'яний гість*». З Іспанії сюжет перебрався до Франції (Ж.-Б. Мольєр «*Дон Жуан, або Кам'яний гість*») та Італії (К. Гольдоні «*Дон Джованні Теноріо, або Розпусник*»). У романтичну епоху на початку XIX століття Дон Жуан стає одним із найпопулярніших образів (Е. Т. А. Гофман, Дж. Байрон та ін.). Образ Дон Жуана надихнув Моцарта на створення визнаного шедевра – опери «*Дон Джованні*», Р. Штрауса – симфонічної поеми «*Дон Жуан*».

На сьогодні створено близько 300 варіантів образу Дон Жуана. У ХХ столітті інтерес до нього виявляють Б. Шоу («*Людина і надлюдина: філософська комедія*»), О. Блок («*Кроки командора*»), Б. Брехт («*Дон Жуан*») та ін.

У творчому доробку М. Фріша комедія «*Дон Жуан, або Любов до геометрії*» («*Don Juan oder Die Liebe zur Geometrie*» (1953)) посідає особливе місце. В Європі 50–60-ті рр. ХХ ст. – час утвердження засад постмодерної свідомості; в мистецтві та літературі формуються постмодерністські й неоавангардистські тенденції, найяскравішим чином представлені на німецькомовній сцені. Герої М. Фріша постають сучасниками зламу епох і вповні відбивають у своїх духовних шуканнях перехідний стан європейської свідомості та її вагання між епохами Модерну й Постмодерну [1, 463].

Драматург переосмислює традиційний образ севільського спокусника і цілком спростовує звичні уявлення читача й глядача про героя-коханця. Міф про Дон Жуана, що став в європейській культурі втіленням всепоглинаючої пристрасті, Макс Фріш перетворює на іронічний роздум про природу людини й цивілізації, про свободу та шляхи її досягнення, про тягар пристрастей і стереотипів.

Сюжет п'єси представлений доведеними до фарсу спробами Дон Жуана врятуватися від долі, яка, всупереч очікуванню читача, ототожнюється не з легендарною історією витівок «неперевершеного коханця», а з банальним подружнім життям. Цей парадокс, що виступає одним із засобів реконструкції традиційного донжуанського міфу, впродовж перебігу сюжету поглиблюється тим, що саме шлюб виявляється єдиною для героя можливістю позбутися набридлого донжуанського ампула й вирватися в царину омріяного спокою й геометрії, що у творі є втіленням справжнього Абсолюту. Епізоди, пов'язані у класичних версіях із зустріччю з командором та поглинанням героя пеклом, у М. Фріша обертаються фарсом, влаштованим самим Дон Жуаном: підкуплена Селестина переодягнена статусом командора, спеціально облаштований люк служить воротами у пекло, а жінки – жертви спокус героя – виступають у ролі свідків страшної трагедії. Проте справжня трагедія чекає на героя у замку, що видається йому «*райською в'язницею*», з якої навряд чи можливо вийти на волю і в якій, втім, навряд чи можна цілковито присвятити себе геометрії [1, 478].

Звернувшись до сюжету про Дон Жуана, М. Фріш наділив героя досі непритаманною йому рисою – пристрастю до геометрії. «*У нього – бог, у мене – геометрія. У кожного чоловіка є щось більш високе, ніж жінка...*», – стверджує Дон Жуан. Коментуючи свою комедію, автор підкреслював: «*Якби Дон Жуан жив у наш час, він би (принаймні так я його собі уявляю) займався, швидше за все, ядерною фізикою, щоби пізнати істину*» [3, 51]. Севільський бешкетник постає в іпостасі сучасного інтелектуала, котрий прагне до логічної ясності та точності. За своєю натурою він є доволі стриманим і не дозволяє емоціям керувати собою. Геометрія в контексті п'єси уособлює конкретне позитивне знання. Вона в очах героя твору втілює ясність, надійність буття, в ній – образ нескінченності, Абсолюту. Дон Жуан захоплюється точними науками, оскільки в них немає брехні та лицемірства, що властиві людським стосункам. Однак новітній фрішівський Дон Жуан не може ігнорувати легенду, на «*всесвітньому карнавалі*» у нього визнане ампула славнозвісного підкорювача жіночих сердець. Він – раціоналіст, переможений навалом споконвічних людських пристрастей. Герой намагається відстояти власну духовну і фізичну незалежність, право «*грати в шахи в публічному домі*». Але, за М. Фрішем, дійсність визначає межі самовизначення особистості. Випадково опинившись в ролі спокусника, Дон Жуан виявляється не в силах позбутися від неї, від стереотипу, який нав'язує йому оточення. Він в'язне в трясовині нав'язаних мимоволі прагнень, стає жертвою міфу про себе самого [2, 33].

Як би сильно не відрізнявся Дон Жуан в п'єсі Макса Фріша від своїх літературних попередників, він втілює, перш за все, мрію про справжню свободу. Ідеал Макса Фріша – творча особистість, і немає значення, в якій сфері розкривається її талант – музики, поезії чи геометрії. Має значення лише бунтівний дух і свобода творчості.

Таким чином, торкаючись важливих світоглядних і морально-етичних проблем у своїй творчості, М. Фріш не нав'язує читачеві чи глядачеві власну думку, а пропонує йому зробити

власний висновок. Нагальна потреба у дослідженні творчості одного з найвидатніших швейцарських письменників ХХ ст. Макса Фріша в сучасному українському культурному контексті є очевидною.

Список використаної літератури:

1. Волошук Є. В. Чарівна флейта Модерну. Духовно-естетичні тенденції німецькомовної модерністської літератури ХХ ст. у ліриці Р. М. Рільке, прозі Т. Манна, драматургії М. Фріша / Є. Волошук. – К. : Вид. Дім Дмитра Бураго, 2008. – 528 с.
2. Чертенко О. П. «Кожного разу ставати достотним...» (Проблематика романів Макса Фріша) // Вікно в світ. Зарубіжна література : наукові дослідження, історія, методика викладання. – 2002. – № 1. – С. 32-43.
3. Чертенко О. П. Макс Фріш та його «Щоденник 1946-1949» // Всесвітня література в середніх навчальних закладах України. – 2004. – № 5. – С. 49-54.
4. Шалагінов Б. Б. Зарубіжна література від античності до початку ХІХ сторіччя. Історико-естетичний нарис. – К. : Академія, 2004. – С. 222 – 262.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Богданова І. В.

І. В. Богданов

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ТЕМА СМЕРТІ В РОМАНІ Ч. ПАЛАНІКА «БІЙЦІВСЬКИЙ КЛУБ»

У другій половині ХХ ст. розвиток західної цивілізації характеризується формуванням суспільства споживання з властивою йому новою етикою та ідеологією. Засоби масової інформації, мода, реклама формують людину-споживача, нав'язуючи їй життєві цінності, уявлення та світогляд. Як підкреслює Н. М. Зленко, «людина за таких умов розвивається як знеособлена, стандартизована, схильна до зовнішнього маніпулювання», «важко переживає відчуження, дезорієнтацію, що приводить до кризового стану, виявом якого є апатія або... підкреслена агресивність» [1, 78].

Дослідженню творчості митця у вітчизняному та зарубіжному літературознавстві присвячено роботи А. І. Жолудь, Є. Г. Сергієвич, В. Б. Шаміної, К. Е. Шарафутдінової, Є. Р. Чemezової та ін. Розгляд теми та мотиву смерті у романі Ч. Паланіка, що становить мету даної статті, доцільно розглядати під кутом зору ідеології суспільства споживання, залучаючи методику екзистенційного аналізу, що «накреслює перспективи дослідження... культурних і ціннісно-психологічних кодів у світосприймальній системі письменників» [3, 426].

Роман Ч. Паланіка «Бійцівський клуб» означає протест проти нівелювання особистості, знеособлення людини, підміни її морально-етичних цінностей матеріальними заміниками, знищення свободи життєвого вибору нав'язаними стандартами щасливого животіння в оречевленому соціумі. Автор досліджує появу у сучасному суспільстві покоління молодих людей, здатних кинути виклик абсурдному інстинкту накопичення.

Головний герой, що розповідає історію власної еволюції від зразкового споживача до засновника організації протесту, дає вичерпну характеристику суспільства консюмеризму. Безупинна гонитва за новими товарами та послугами, гонитва за статусом, іміджем, місцем у суспільній ієрархії, перетворює людину на раба речей: «спочатку купуєш меблі», «ідеальне ліжко, гардини, килим», «правильний набір тарілок» і нарешті, «речі, якими ти володів, тепер володіють тобою» [2, 16].

Етика консюмеризму та зґрунтований на них спосіб життя руйнують фізичний та психічний стан особистості. Людина в умовах суспільства споживання перестає усвідомлювати себе як індивіда, руйнується власне identity особистості, її здатність до активного волевиявлення, вміння приймати рішення, брати на себе відповідальність за вчинки. У творі людина уподібнюється космічній мавпочці, що «виконує нескладні завдання, на які тебе натренували» [2, 1].

Протест проти норм і правил споживацького способу існування спонукає героя шукати сенс життя у смерті: «Я ненавидів своє життя. Я втомився і знувдився зі своєю роботою і

меблями, і я не бачив, як ці речі можна змінити... Я почувався в пастці... Я багнув виходу зі свого дрібненького життя»; «я мріяв про авіакатастрофу, я заздрив тим, хто вмирає від раку» [2, 76]. Мотив смерті в романі пов'язаний із усвідомленням героєм несправжності власного існування, тобто відсутністю сенсу життя і справжніх почуттів та емоцій. Смерть у романі – засіб здобуття сенсу життя. Тільки перед обличчям смерті герой знаходить власне Я та здобуває справжню свободу: «Це була свобода. Втрата всіх надій оберталася свободою» [2, 6].

Марла, alter ego героя, сприймає дійсність подібно до нього: почавши відвідувати групи приречених на смерть тяжкохворих, герої отримали шанс збагнути сенс власного життя. Герой проникає у внутрішнє Я Марли і проникливо зазначає: «У житті не було сенсу, через те що ні з чим було порівняти. О, а зараз були вмирання і смерть, втрати й розпука. Рюмсання і здригання, страх і співчуття. Тепер, коли вона знає, куди ми всі йдемо, Марла відчуває кожну мить життя» [2, 12]. Героїня, яка працювала у ритуальній конторі, підтверджує: «Похорон у порівнянні з цим – ніщо... Похорон – це абстрактна церемонія. А тут маєш справжній досвід смерті» [Там само].

Ч. Паланік підходить до розгляду проблеми смерті з позицій екзистенціалізму: смерть відкриває людині свободу; істинне життя – буття віч-на-віч зі смертю. Як онтологічне поняття смерть пробуджує людину і спонукає її до «справжнього» існування. Людина осмислює вартість життя і смерті, подолавши свої страхи перед законом, іншими людьми, зрештою, самою смертю.

Сучасна епоха, «ера відчаю» (Г. Марсель) продукує тривогу, страх та злість, втрату традиційних цінностей та усвідомлення «свободи самостійно встановлювати цінності» [3, 424]. Першим кроком героїв до здобуття свободи є усвідомлення смерті, наступним – подолання страху через саморуйнацію, і нарешті, руйнація навколишнього світу.

Шляхи боротьби у суспільстві консюмеризму логічно і передбачувано є насильницькими, оскільки сам соціум породжує бездуховність, аморальність, дегуманізацію, ескалацію насильства («Тільки після того, як втратиш все, ти вільний робити будь-що» [2, 29]).

Усвідомлення героєм того, що він «не був єдиним рабом інстинкту гніздування», а людина має нести відповідальність не лише за власне існування, але й існування інших, призводить до ідеї організації бійцівського клубу. Втрата ідентичності, подібність, однаковість, прагнення змінити існуючий стан речей – ось що об'єднує його учасників. Протест проти нівелювання особистості, знеособлення людини звучить у маніфесті клубу, який виходить з того, що «Наша культура зробила нас однаковими. Ніхто вже не може вважатися щиро білим, чорним чи заможним» [2, с. 58].

Висновок, до якого приходять герої, логічний і зрозумілий для нього, – якщо не хочеш перетворитися не суцільний нуль, потрібно знищити все, до чого можеш дотягтися. І починати потрібно із себе. Тема руйнації світу є наслідком саморуйнації особистості. Герой Паланіка прагне радикально змінити себе («...тільки через саморуйнацію я зможу віднайти справжню силу мого духу» – шепоче героєві Тайлер [2, 77]), а потім навколишній світ: «Ми зламаємо цивілізацію, щоби зробити щось ліпше з цього світу» [2, 91].

Автор змальовує покоління сучасних молодих людей, що через насильство прагнуть змінити зло цього світу. Це «клас молодих сильних чоловіків і жінок, які ладні віддати своє життя за щось. Реклама змусила цих людей гнатися за автівками й одягом, яких вони не потребують. Покоління працюють на ненависних їм роботах, щоби придбати те, що насправді їм не потрібно» [2, 65]. «У нашого покоління, – розвиває власну думку Розповідач, – не було Великої війни чи Великої Депресії, проте в нас є Велика війна духу. У нас є Велика революція проти культури» [2, с. 65].

Смерть відкриває героям шлях до себе та свого місця в історії: мета проекту «Каліцтво», за Тайлером, «показати кожній особі в проекті, що в них є сила керувати історією. Ми, кожен з нас, можемо керувати світом» [2, 52]. Здобуття людиною місця в історії пов'язується з руйнацією існуючого світу: «Проект «Каліцтво» врятує світ... змусить людство піти у сплячку, відпочити стільки, щоби Земля відновилася» [2, 53].

Смерть, як бачиться це героєві, є засобом увіковічення великих і справжніх вчинків. Для героя-розповідача приводом для такого висновку стає смерть Великого Боба: «Тільки в смерті ми здобуємо свої справжні імена... У смерті ми стаємо героями» [2, 78].

Таким чином, смерть в романі постає інструментом реанімації героя, повернення його до активного, сповненого сенсу життя. Смерть не вселяє страх, а допомагає боротися зі страхами, мертвотним буттям-споживанням, буттям-без-сенсу. Мотив і тема смерті в романі постають в екзистенційному ключі як засіб здобуття людиною відповідальності за себе та інших, свободи духу. Однак крах головного героя, його безумство заперечують правильність обраного шляху: вочевидь не можна боротися зі злом у цьому світі засобами зла. Роман, що належить до так званої сучасної трансгресивної літератури, допомагає замислитись над питаннями сенсу життя сучасної цивілізації і спрямувати пошук відповідей на актуальні питання буття у гуманне річище.

Список використаної літератури:

1. Зленко Н. М. Соціально-філософський аналіз теорії суспільства споживання / Н. М. Зленко // Філософія науки: традиції та інновації. – 2014. – № 1 (9). – С. 76-83.
2. Паланік Ч. Бійцівський клуб [Електронний ресурс]. Режим доступу: // http://read-online.in.ua/read/bijtsivskij_klub.
3. Чепурна О. Екзистенційний аналіз як методологічна проблема [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzs_2009_85_51.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Богданова І. В.

Я. І. Горбенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

МІФ ТА МІФОЛОГІЯ В ПОСТМОДЕРНІСТСЬКІЙ ТРАДИЦІЇ

Дослідження міфологічних проявів у сучасній літературній традиції – це багатоаспектна та складна у висвітленні проблема. Повернення до міфу, вивчення його історичних коренів, ролі у духовно-моральному відродженні людства стає актуальним в епоху кардинальних змін у суспільстві.

Перші спроби тлумачення міфів належать ще філософам Стародавньої Греції. Міф – це стародавня народна оповідь про явища природи, історичні події тощо, фантастичні оповідання про богів, обожнених героїв, уявних істот. Міфологія – це наука, яка вивчає сукупність міфів певного народу [1, с. 756-757]. З початком епохи Романтизму міф стає об'єктом численних досліджень, а відповідно, й формування різноманітних міфологічних теорій. Прийнято вважати, що міф складається з двох аспектів: розповідь про минуле (діахронічний аспект) та спосіб пояснення теперішнього, а іноді і майбутнього (синхронічний аспект) [2, с. 10]. Особливий інтерес до міфології виникає на початку ХХ ст.. У цей час з'являється неоміфологічна теорія, представники якої переосмислюють по-новому та інтерпретують сюжети, образи та мотиви стародавніх міфів. Політична міфотворчість Ж. Сореля, Е. Кассіра, Т. Манна, М. Еліаде, Р. Барта та багатьох інших, стала одним з яскравих проявів міфологічного відродження ХХ ст.[3].

У ХХ ст. змінюється відношення до міфу, виникають різні підходи до вивчення міфу і міфології. По-перше, це заперечення традиційних сюжетів заради переходу до фактичного наслідування та відображення дійсності в життєвих формах. По-друге, це намагання використовувати міфологічні образи, теми та мотиви у нетрадиційних та неформальних формах, що інколи нагадує елементи самостійної поетичної міфотворчості. Таким чином, у літературі ХХ ст. превалює архаїчна та побутова міфологія, простір і час сприймаються з міфологічної точки зору, а кожний твір – це колаж із цитат і ремінісценцій з інших творів. Міфологічні сюжети набувають героїчного, гротескового, а іноді навіть трагічно-фарсового характеру [4, с. 116].

Якщо для модерністів міф був єдиним способом представлення й інтерпретації світу одночасно для читача й автора, то для постмодерністів не існує єдиних загально-змістових феноменів міфічного характеру для зображення дійсності. Це призводить до того, що будь-який постмодерністський твір не може мати абсолютно точної змістової інтерпретації. Таким чином, читач несвідомо отримує роль співавтора і звільняється з-під традиційної влади автора твору. Міф, як сакральна розповідь, у світоглядній системі постмодернізму розкладається і втрачає ту обов'язкову та єдину для всіх істину. Людина вже не є центром Всесвіту, вона не знає, та й не може знати сенсу буття. Якщо модерністи використовували міф як універсальну істину, то їх послідовники – постмодерністи реконструюють міф, зводячи його до метаоповіді, на яку не можна покладатися. Міф, скоріше, слугує постмодерністам як засіб автентичної організації дійсності. Якщо модерністів хвилює питання – як можна пізнати реальність, то постмодерністів – як можна дізнатися, що є справді реальним? Постмодернізм, на відміну від модернізму, не має на меті вкласти в текст певний визначений зміст. Автор постмодерністського твору лише намагається тримати свого читача в межах визначеного ним сюжету [5, с. 54-55].

Варто зазначити, що для авторів-постмодерністів характерними є висловлювання та міркування про власне мистецький твір або про мистецтво загалом, критичне аналізування власної прози, авторські коментарі, ставлення до різноманітних літературних технік з іронією та пародією, а також звернення до прихованих значень. У постмодерністських творах зникає цілісний культурний контекст, залишаються лише окремі його частини, які підпорядковуються множинності, демократичності та рівності усіх та всього. На основі фрагментів творів постмодерністи створюють нову цілісність на зовсім іншій множинній основі [6, с. 280-283].

Таким чином, епоха постмодернізму характеризується персоніфікованим баченням міфічних образів, мотивів та сюжетів, що в свою чергу переноситься у вимір мистецького мислення. За допомогою трансформації та іронічного тлумачення міфологічних сюжетів, мотивів та образів автори-постмодерністи будують власну міфічну реальність, інтерпретують міфологічні образи та сюжети, що призводить до побудови власне постмодерністського міфу сучасності [7, с. 21-22].

Сучасні митці активно звертаються до міфології, підпорядковуючи її своїм власним мистецьким цілям, адже саме міфологія, як вся сукупність міфів, продовжує залишатися невичерпним джерелом сюжетів, мотивів та образів в сучасній мистецькій та літературознавчій традиції.

Список використаної літератури:

1. Академічний тлумачний словник української мови: в 11 томах. – Том 4, 1973. – С. 756-757
2. Дарморіс О. Міфологія : навч. посібник /О. Дарморіс. – Львів:ЛНУ імені Івана Франка, 2010.–248 с.
3. Жукова Н. Буття міфу в художній творчості: кінець XIX – поч. XX ст. (символізм, модерн). Електронний ресурс. – Режим доступу: <http://glierinstitute.org/ukr/digests/042/9.pdf>
4. Усачов В. А. Звернення до тематики міфу у світовій культурі на рубежі XIX – XX століть / В. А. Усачов // Наука. Релігія. Суспільство. – 2012. – № 4. – С. 114 -120. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nrs_2012_4_22.
5. Міф і основні структуроутворюючі принципи постмодерністських текстів [Електронний ресурс] / С. В. Ісаєнко // Питання літературознавства. - 2004. – Вип. 11. – С. 52-56. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pl_2004_11_8
6. Поетика постмодерністського роману (до теоретичних аспектів) / О. П. Палій // Літературознавчі студії. – 2013. – Вип. 39(2). – С. 278-288. – Режим доступу: http://philology.knu.ua/files/library/lit_st/39-2/39.pdf
7. Міф і міфологія / В. Гарін // Українське релігієзнавство. — 2002. — № 22. — С. 16-22. – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/14913/2-Garin.pdf?sequence=1>

Науковий керівник: доцент кафедри фонетики і граматики англійської мови,
к. ф. н., доцент Кравченко Т. М.

КОНФЛІКТ У РОМАНІ ДУГЛАСА КОУПЛЕНДА «НОРМАЛЬНИХ СІМЕЙ НЕ БУВАЄ»

Сучасний канадський письменник Дуглас Кемпбел Коупленд є одним із визначних письменників сучасності, автором понад одинадцяти художніх та документальних творів. Його роман «Нормальних сімей не буває» (2001) відразу здобув популярність як у Канаді, так і за кордоном через прискіпливу увагу письменника до особливостей сімейних цінностей наприкінці ХХ століття. Метою цієї розвідки є дослідження типів конфлікту у романі Д. Коупленда «Нормальних сімей не буває». Актуальність дослідження зумовлена тим, що в українському та зарубіжному літературознавстві цей роман письменника є недостатньо вивчений.

Темою роману є зображення пригод великої сім'ї Драммондів, доведеної до абсурду, в якій, здавалося б, немає місця для любові, турботи і ласки та їхньої спроби зібратися разом після того, коли всі їхні шляхи вже давно розійшлися.

Автор засуджує індивідуалізм егоїстичних натур, що є головною причиною духовної роз'єднаності в родині, аналізує сімейні взаємини та намагається показати джерела порятунку у хаосі буття, у світі, де немає ідеалів та цінностей. Д. Коупленд змальовує персонажів і розміщує їх у такі ситуації, що вони усвідомлюють швидкоплинність часу і скінченності життя, крім того, письменник передає ідею непереможності та незламності людини, її здатності витримати будь-які випробування долі.

За А. Погрібним [3, 117] умовою виникнення епічного конфлікту є «взаємодія індивідуальної волі та загальнооб'єктивних обставин». У романі «Нормальних сімей не буває» можна простежити тенденцію переростання епічного конфлікту в драматичний, де конфлікт між головними героями представлений через діалоги, але при цьому епічний конфлікт не змінює своєї сутності [1].

Одним з основним конфліктів твору є внутрішній: внутрішні переживання Уейда за матір, які розпочалися ще з дитинства. Адже вже тоді хлопець переживав у собі відразу до батька і часто відкрито висловлював до нього своє ставлення. Конфлікт в душі Уейда розгортається з новою силою з кожною наступною сторінкою твору, про що свідчить уся його поведінка [2, 292]. Відтак внутрішній конфлікт юнака виливається в зовнішній, оскільки між батьком і сином часто виникали суперечки, сварки і навіть бійки.

Внутрішній конфлікт відбувається не тільки в душі Уейда, а й в інших героїв, які змінюють свій погляд на життя та приймають кардинальні рішення. Такі зміни простежуються у житті Дженет Драммонд та Нікі після того, як вони дізнаються, що невиліковно хворі. А от з дружиною Уейда, Бет все навпаки. Коли вона дізналася, що вона не Віл-інфікована, її радше турбує питання «як жити далі?». Кожен герой цього роману – певного роду дивак, який не претендує на реалістичність. Початок книги дає можливість читачеві побачити лише верхівку айсберга, лише кинути перший погляд на кожного з героїв. Ця верхівка не є позитивною, адже вона відштовхує читача, проте у процесі заглиблення у внутрішній світ персонажів, читач уже сприймає їх по-новому. У кожному з цих людей є не тільки погані, але й хороші риси. При цьому герої сповнені внутрішніх протиріч і психологічних проблем, вони позбавлені духовного спокою, відчуття гармонії з навколишнім середовищем і щастя, що і стає причиною внутрішніх конфліктів.

За характером у творі можна виділити такі конфлікти як соціальний та побутовий. Основний – соціальний, а саме конфлікт характерів, зіткнення членів сім'ї в різних ситуаціях. Не можна оминати й побутовий конфлікт, адже, на думку О. Гончаренко, мислення героїв концентрується навколо однієї проблеми: фінансового виживання: були б гроші, а решта додасться само собою [2, 290].

У романі «Нормальних сімей не буває» можна виділити також конфлікт людини і долі [4,55]. Ставлення героїв роману до дійсності – це не крик протесту та безвиході, а оптимістичний, життєстверджуючий підхід до життя. А тому герої вирішують: які б сюрпризи воно не несло з собою, треба його цінувати таким, як воно є з його буденною метушню та рідкими святами, які не були б такими феєричними, якби траплялися кожного дня, треба цінувати його і за ті проблеми та негаразди, без яких людина не була б по-справжньому щасливою та сильною [2, 291]. На думку героїв, впорядковувати хаос буття неможливо, тому єдине, що залишається, це прийняти його як даність та змиритися з ним.

Отже, роман «Нормальних сімей не буває» займає важливе місце в доробку Дугласа Коупленда. Тут автор на прикладі однієї родини відтворив сімейні стосунки з усіма складнощами і суперечностями. Конфлікт у цьому творі формує авторське смислове ядро, тому він є головним джерелом розвитку персонажів.

Використана література:

1. Вірченко Т. Родова специфіка художнього конфлікту: теоретичний аспект [Електронний ресурс] / Т. Вірченко. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/umlsh/2010_7/Vyrchenko.pdf.
2. Гончаренко О. В. Поетика повсякденності в романі дугласа Коупленда «Нормальних сімей не буває»: праці конф. / Олена Володимирівна Гончаренко // Мова і культура. – 2010. – Вип.13. – Т V (141). – С. 288–294.
3. Погрибный А. Художественный конфликт и развитие современной советской прозы / Анатолий Погрибный. – К. : Вища школа, 1981. – 200 с.
4. Семенов А. Роль конфликта в структуре художественного текста / А. Семенов // Вестник угрведения.Филология. – 2011. – №2 (5). – С. 52 – 58.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Заїковська О.М.

М. Кодола

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ЛІТЕРАТУРНА КАЗКА ЯК ХУДОЖНІЙ ФЕНОМЕН

Літературна казка – явище оригінальне, самобутнє та унікальне. Вона вабить незвичайними героями та ситуаціями, фантастичними пригодами, стрімким та динамічним сюжетом, міфологічним підтекстом, архетипним змістом, філософічністю, символічністю. У сучасному науковому дискурсі відзначається, що літературна казка залишається недостатньо дослідженим феноменом в жанровому та типологічному аспектах (відсутнє чітке визначення казки як жанру, недостатньо повно проведена систематизація основних жанрових ознак).

Характеризуючи літературну казку як жанр необхідно насамперед звернути увагу на її прадавні корені: міф і фольклорну казку. На думку Н.Фрая, казка володіє тією ж самою структурою, що й міф. Є. Мелетинський відзначав сюжетну спільність казки й міфу. У жанровій структурі казки відносяться певні риси міфу, серед яких – потяг до зображення незвичайних подій, наявність випробувань героїв, їх опозиційний поділ на «свій – чужий», ланцюг втрат і надбань тощо. На типологічній спорідненості казки й міфу свого часу наголошував В.Пропп. У своїй монографії «Історичні корені чарівної казки» дослідник переконливо доводить зв'язок архаїчного міфологічно-ритуального світосприйняття (зокрема, обряду ініціації, уявлень про смерть, потойбічний світ тощо) з жанровою структурою казки. Успадкувавши від фольклорної казки принципи структурної організації, певні схеми моделювання сюжету, чарівність, фантастичну умовність, морально-етичну заангажованість, яскраво виражену опозиційність сил добра і зла, пріоритетність позитивного героя, літературна казка все ж позначена яскраво вираженою індивідуальністю. Дається взнаки канонічність тексту, ускладнення композиційної структури фольклорної праснови, зміна функцій персонажів твору, їх максимальна індивідуалізація, заглиблення в їх психологічні характеристики, динамічність персонажів, амбівалентність позитивного героя. Літературна казка не повторює фольклорну за традиційними параметрами. Вона довільно обирає як матеріал, так і форму, зберігаючи особливі ознаки жанру, без яких вона перестала б бути казкою [3, 89].

За визначенням Л. Брауде літературна казка – це авторський, художній, прозаїчний або віршовий твір, заснований або на фольклорних джерелах, або цілком оригінальний; твір переважно фантастичний, чародійний, що змальовує неймовірні пригоди вигаданих або традиційних казкових героїв і, в окремих випадках, орієнтований на дітей; твір, в якому неймовірне чудо відіграє роль сюжетотворного фактора, служить вихідною основою характеристики персонажів [1, 284].

В. Кизилова називає літературною казкою «художній твір письменника, який, модифікуючи жанрово-стильові особливості фольклорної казки, формує новий за якістю авторський текст із різними інтертекстуальними елементами (цитатами, ремінісценціями, алюзіями тощо).

Сучасна дослідниця Г. Сабат окреслює літературну казку як фантастичний твір авторської художньої творчості, що нерозривно пов'язаний із реальністю та відображає суть епохи, вбирає в себе ідейно-політичні, літературно-естетичні тенденції часу, впливається в літературні течії і напрямки, має схильність до інновацій, консолідації з іншими жанрами й утворенням «гетерогенних мистецьких явищ», які тісно пов'язані зі світоглядом письменника; або ж це мистецький твір, сюжет та структура якого побудовані за специфічними традиційними законами фольклорної казки, його особливий стиль, трансформуючи народну традицію, виливається у «новітньо-авторський семантико-гносеологічний субстрат» [2, 40].

Казкова літературна спадщина на сьогодні жанрово безкінечно різноманітна. Це казки-поєми, казки-новели, казки-оповідання, казки-повісті, казки-легенди, казки-перекази, казки-притчі та навіть цілі казкові епопеї. Об'єднує все це розмаїття наявність елемента дива, яке вводиться в текст через окремі чарівні персонажі та предмети, в результаті чого утворюється цілісний казковий світ. Л. Мокляк звертає увагу на те, що казковий світ – це особливий світ зі своєю онтологією, простором і часом, специфічними відносинами між персонажами, особливостями побуту, чітко окресленим моральним вектором. Казкова картина світу відбиває стійкі архетипні відносини людини і світу, які були сформовані в процесі соціального і культурного розвитку людства.

Літературна казка – це не просто цікава усна розповідь про щось чи про когось, а засіб трансляції життєво важливих повідомлень, які спираються не на абстрактне мислення, а на реальне життя. Казка в художньо-умовній формі дозволяє побачити, пережити, зрозуміти такі життєві колізії, з якими кожна людина стикається у своєму житті і від яких ніхто не захищений. Найважливішим є те, що казка своєю художньою логікою показує, як людина може долати протиріччя життя, не втрачаючи й не руйнуючи при цьому себе і свого світу.

Список використаної літератури:

1. Брауде Л. Ю. К истории понятия «литературная сказка» / Л.Ю. Брауде // Известия АН СССР. Серия литературы и языка. – 1977. – Т.36. – № 3. – С. 270-291.
2. Горбач Н., Здіховська Т. Жанр авторської казки в українській дитячій літературі: витоки та перспективи. Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Педагогічні науки. – 2016. – № 1 (1). – С. 39–44.
3. Копистянська Н. Х. Відмінність у хронотопі фольклорної і літературної казки / Н. Х. Копистянська // Жанр, жанрова система у просторі літературознавства. – Львів : ПАІС, 2005. – С. 87–92.

Науковий керівник: ст. викл. Костюк Т. П.

І. Коломісць

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ТЕМА МИСТЕЦТВА У ТВОРЧОСТІ Е. Т. А. ГОФМАНА ТА В. Ф. ОДОЄВСЬКОГО

Романтизм – літературно-мистецький напрям, який виник майже одночасно у більшості країн Європи на межі XVIII – XIX ст. Великого значення у творчості романтиків набуває суб'єктивна позиція письменника по відношенню до зображуваних явищ життя, його тяжіння

не стільки до відтворення, скільки до перетворення дійсності. Це призводить до розвитку умовних форм творчості, до висування на перший план виняткових характерів і сюжетів.

Питання романтичної філософії та естетики на сьогодні вивчені досить детально (В. Ванслов, Н. Берковський, Ю. Манн, Є. Маймін, Д. Наливайко та інші). Проте проблема мистецтва та художника у творах Е. Т. А. Гофмана і В. Ф. Одоєвського у їх взаємозв'язках та взаємовпливах не ставала предметом особливого дослідження.

Мета нашої роботи – визначення ролі мистецтва та митця в німецькій та російській романтичних традиціях на матеріалі творів Е. Т. А. Гофмана та В. Ф. Одоєвського.

Тема мистецтва та митця в літературі епохи романтизму стала однією із головних. Такий інтерес романтиків до природи творчості та творчого процесу продиктований їх філософією та естетикою. А його причинами можна назвати принципово нове уявлення про роль і місце мистецтва у житті суспільства. Мистецтво, у розумінні романтиків, – категорія, яка не залежить від політики, науки, економіки; вона здатна перетворити світ і допомогти людині досягти ідеалу. Невипадково романтизм робить із мистецтва своєрідний культ, а митця проголошує творцем.

Романтики були упевнені, що людина створена для гармонійного світу, а людська душа вічно прагне до прекрасного. Ідеалом для них були незримі, духовні, нематеріальні цінності, які могли реалізуватися лише у творчій уяві художника. Відчуття протиріччя між тяжкою незмінною суєтою реального життя та чудесною країною мистецтва, куди вабить людину натхнення, було прекрасно знайомо Е. Т. А. Гофману та В. Ф. Одоєвському, які самі були митцями.

Практично вся творчість Е. Т. А. Гофмана зосереджена на особистості художника – від музичних новел («Кавалер Глюк», «Дон Жуан») до роману «Життєва філософія kota Мурра» – присвячена темі зіткнення між художником і вульгарним середовищем, яке його оточує. У першій книзі «*Fantasiestücke in Callot's Manier*» (1814–1815) автор стверджує, що художник – не професія, а спосіб життя. Таким є Ансельм із новели «*Der golden Topf*» (1814). Уже ця рання новела демонструє основні особливості творчості Гофмана: зображуючи матеріальний світ, він майстерно передає колорит через естетичну деталь (дія новели відбувається у Дрездені, місто легко впізнається), реально передає тенденції, які існують у світі німецького бюргерства (мрії Вероніки є типовими мріями духовно обмеженої особистості жіночої статі) [1]. У новелі «*Klein Zaches, genannt Zinnober*» автор доходить висновку, що багатство й людська глухота, а також те, що люди забувають закони природи й краси, призводить до панування безглузості й вульгарності [1]. Але Гофман вірить у велику силу мистецтва – перемога його на сторінках казки можлива, але у світі людей все набагато складніше.

Ідеї Гофмана були запозичені письменниками в російській літературі, де мистецтво і його творець знаходять не тільки новий «статус», а й величезну відповідальність. Її усвідомлення майже неминуче робило художника трагічною постаттю.

Так, головними героями творів В. Ф. Одоєвського нерідко стають художники, музиканти, архітектори, поети. В оповіданні «Останній квартет Бетховена» складна, незрозуміла для суспільства геніальна музика відомого композитора була витлумачена як занепад сил: «Одни приписывали упадок его глухоте, поразившей Бетховена в последние годы его жизни; другие – сумасшествию, также иногда омрачавшее его творческое сожаление [4, 118]. Проте Бетховен, як справжній художник, не став опускатися до рівня комерціалізації своїх творів, незважаючи на злиденне існування [2, 48]: «...маленькая душная комната, разделенная перегородкою. Постель с разодранным одеялом, несколько пауков нотной бумаги, остаток фортепьяно...», вода замість вина. Він знаходив щастя в створенні гармонії, у розумінні та любові своєї учениці Луїзи: «Добрая Луиза! ты одна меня понимаешь; ты одна меня не боишься; тебе одной я не мешаю... Ты думаешь, что все эти господа, которые разыгрывают мою музыку, понимают меня: ничего не бывало! Ни один из здешних господ капельмейстеров не умеет даже управлять ею; им только бы оркестр играл меру, а до музыки им какое дело! Они думают, что я ослабеваю; я даже заметил, что некоторые из них как будто улыбались, разыгрывая мой квартет, – вот верный признак, что они меня никогда не понимали; напротив, я теперь только стал истинным, великим музыкантом» [4, 119].

Отже, ми можемо зробити висновок, що мистецтво у творчості німецьких та російських романтиків, як і природа, є щось цілісне, незалежне від будь-яких соціальних сил та ідеологій. Вони проголосили ідею «мистецтво заради мистецтва», ідею вільної творчості і ролі художника в мистецтві. Тільки вільна особистість може вільно творити мистецтво. А доторкнутися до істини може не кожен, за словами Новаліса, «розгадати сенс життя здатний лише художник» [3, 332].

Список використаної літератури:

1. Гофман Э. Т. А. Житейские воззрения кота Мурра. Новеллы. Сказки : Роман, новеллы, сказки / [пер. с нем. И. Миримского, И. Лаврентьевой] / Э. Т. А. Гофман. – М. : Эксмо, 2008. – 800 с.
2. Иванова Н. П. Трансформация мотива безумия в поэтической практике русского романтизма / Н. П. Иванова // Вітчизняна філологія: теоретичні та методичні аспекти вивчення. Вип. 2. – Черкаси, 2011. – С. 46–53.
3. Новаліс. Из «Фрагментів» / Новаліс // Мислителі німецького романтизму. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2003. – С. 324–333.
4. Одоевский В. Ф. Последний квартет Бетховена / В. Ф. Одоевский // Одоевский В. Ф. Сочинения : в 2-х т. – М. : Худож. лит., 1981. – Т. 1.: Русские ночи; Статьи. – С. 118–124.

Науковий керівник: к. філол. н., ст. викл. Иванова Н. П.

Я. С. Кузьменко

Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого

СПЕЦИФИКА ЖАНРА ПОВЕСТИ В ЛИТЕРАТУРЕ XVII – XVIII ВЕКА

Появление и развитие литературных жанров является одной из трудноразрешимых проблем в литературоведении. Она остается актуальной и сегодня, несмотря на многочисленные исследования, посвященные данному вопросу (труды Д. Лихачева, А. Веселовкого, Ю. Тынянова, Е. Мелетинского, О. Фрейденберг, Н. Тамарченко, Б. Эйхенбаум, М. Бент и др.).

Цель нашей работы – изучить проблемы динамики жанра повести в русской литературе XVII – XVIII века.

Повествовательная литература появляется в русской традиции вместе с письменностью. Изначально повестью могли называть произведения житийные, новеллистические, агиографические или летописные (например, «Повесть временных лет», «Повесть о Петре и Февронии Муромских» и другие). То есть в «синкретичной» средневековой письменности повесть являлась той наиболее общей жанровой формой, в которой перекрещиваются почти все повествовательные жанры.

Однако XVII век станет новым этапом в развитии повести. В этот период она приобретет более сходные с современными жанрами формы: будет создаваться на основе художественного вымысла, а также все более отдалится от церковного влияния. Такие изменения можно объяснить социально-политическими преобразованиями, ослаблением роли церкви, интенсивной перестройкой бытовой стороны жизни [1, 165-166].

В произведениях начала XVII века остро ощущается реакция на происходящие в стране события. Смута, во время которой Московское централизованное государство пережило тяжелейший династический, государственный, социальный кризис, воочию показала, что средневековые «тишина и покой» канули в вечность. Пал незыблемый дотоле авторитет царской власти. Главным героем исторического повествования становится не выдающаяся историческая личность правителя, полководца, а небольшой коллектив, горстка отважных и мужественных смельчаков, народ («Повесть 1606 года», «Иное сказание», «Новая повесть о преславном, Российском царстве», «Повесть об Азовском осадном сидении донских казаков» и др.). Содержание и форма исторической повести подвергаются демократизации, совершенно освобождаются от налёта благочестия, чуда и связанного с ними церковного воззрения на вещи. Со временем утрачивается историзм, приобретая характер авантюрно-приключенческой новеллы.

Следующий этап развития жанра повести начинается после церковной реформы Никона и связан с процессом дифференциации художественной литературы, ее вычленения из письменности исторической и религиозно-дидактической. В этот период появляются бытовые и сатирические повести. В бытовой повести ярко отразились изменения, происшедшие в сознании, морали и быте людей: борьба «старинны» и «новизны» переходной эпохи, которая пронизывала все сферы личной и общественной жизни («Повесть о Фроле Скобееве», «Повесть о Горе-Злочастии», «Повесть о карле Сутулове» и другие). Оформление и развитие сатирических повестей, как самостоятельного литературного жанра, обусловлено спецификой социальной жизни того времени («Повесть о Ерше Ершовиче», «Повесть о Шемякином суде» и другие). Напомним, что православие считало смех греховным. Ещё Иоанн Златоуст заметил, что в Евангелии Христос никогда не смеется. Вторжение смеха в письменность свидетельствовало о коренной перестройке русской культуры, об утрате церковью былого авторитета во всех сферах человеческой жизни. Следовательно, демократическая сатира XVII века заложила основы сатирического направления, которое впоследствии развивалось в XVIII веке и достигло небывалых вершин в XIX веке.

Продолжающаяся демократизация во всех сферах жизни в первой половине XVIII века приведет к появлению новых повестей, в которых будут раскрываться актуальные злободневные проблемы. Несмотря на бурное развитие книгопечатания в этот период основной круг чтения составляли традиционные рукописные сборники повестей, или «гистории», как их стали называть в это время [2, 68-70]. Анонимные авторы акцентировали внимание на достоверности и типичности событий, появилось стремление к раскрытию внутреннего мира героев. Типичными образцами жанра являются «Гистория о российском матросе Василии Кориотском и о прекрасной королевне Ираклии Флоренской земли», «Гистория о Александре, российском дворянине» и «Гистория о российском купце Иоанне и о прекрасной девице Елеоноре». В этих повестях, как и в ряде произведений конца XVII века («Повести о Горе и Злочастии», «Повести о Савве Грудцыне» и других), основным сюжетным ядром становится уход сына из родительского дома. Однако последствия такого шага героев в «новых» сюжетах изменилось: им сопутствует немалый успех в отличие от прежних героев, которые терпели неудачи.

К концу XVIII века в рамках традиций сентиментализма формируется новый тип повести. Для нее характерны преобладание чувства над разумом; внесловный интерес к личности, ее индивидуальности («...и крестьянки любить умеют», – скажет героиня Н. Карамзина); исключительная роль отводится пейзажу, который тесно связан с переживаниями героя или самого автора.

Таким образом, в XVII – XVIII веках происходят колоссальные изменения в жанровой системе русской литературы. Наиболее ярко они отразились в жанре повести, который оформляется (в современном его понимании) только к началу XVIII века. В нем постепенно развиваются художественный вымысел, занимательность, усиливается воздействие жанров устного народного творчества, а собственно история становится самостоятельной формой идеологии, постепенно превращаясь в науку.

Список использованной литературы:

1. Кусков В. В. История древнерусской литературы / В. В. Кусков, Н. И. Прокофьев. – Л. : Просвещение, 1987. – 230 с.
2. Лебедева О. Б. История русской литературы XVIII века / О. Б. Лебедева. – М. : Высш. шк. : Изд. центр «Академия», 2000. – 415 с.
3. Дмитриев Л. А. Русская литература X – первой четверти XVIII века [Электронный ресурс] / Л. А. Дмитриев, Д. С. Лихачев, Я. С. Лурье, Г. Н. Моисеева // История русской литературы XIX века : в 4 т. // Фундаментальная электронная библиотека feb-web.ru – Л. : Наука. Ленингр. отд-ние, 1980-1983 – . – Т. 1: Древнерусская литература. Литература XVIII века. – 1980. – 462 с. – Режим доступа : <http://feb-web.ru/feb/irl/default.asp>.

Науковий керівник: к. філол. н., ст. викл. Іванова Н. П.

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ СПАДЩИНИ ШЕКСПІРА У СУЧАСНОМУ КІБЕРПРОСТОРИ

Вільям Шекспір належить до числа тих парадоксальних феноменів світової культури, магічний вплив яких на свідомість і духовне буття людства з плином часу відчутно зростає. Його п'єси не сходять зі сценічних підмостків, посідаючи найпочесніші місця в репертуарах кращих театрів світу. Не згасає інтерес читацької публіки до його драм, герої яких давно вже стали вічними образами світової літератури. Свідченням цього є численні кіноверсії його комедій та трагедій, активне використання шекспірівських сюжетів, мотивів і образів у різних мистецьких вимірах – живописі, скульптурі, музиці, балеті. Цілком закономірно, що сьогодні, в епоху глобального захоплення творчістю Вільяма Шекспіра, однією із форм популяризації його спадщини залишається репрезентація в мережі Інтернет. Особистості й творчості Шекспіра присвячено багато інтернет-сторінок, інтернет-сайтів та інтернет-порталів.

Цікаві матеріали розміщені на порталі «Вільям Шекспір» в українській Вікіпедії. Вдалою спробою мультимедійної репрезентації української шекспірознавчої панорами є веб-сайт «Український шекспірівський портал», який створений колективом наукової Лабораторії ренесансних студій. Цей сайт є поліфункціональним, оскільки систематизує вже існуючі дослідження з шекспірівської тематики, структурує український шекспірознавчий дискурс, координує та поглиблює наукові контакти між дослідницькими центрами подібного напрямку, популяризує шекспірівський літературний доробок серед читачів [1, 12].

Головна мета сайту «Український міжуніверситетський науково-дослідницький шекспірівський центр» – інтенсифікація розвитку шекспірівських студій в Україні шляхом консолідації та координації зусиль українських дослідників та інтеграція здобутків української шекспірівської думки у світовий шекспірознавчий дискурс. Серед основних функцій – підготовка і випуск фахового видання «Українські шекспірівські студії», створення комп'ютерної бази даних про дисертаційні дослідження та наукові публікації по творчості Вільяма Шекспіра; організація і проведення наукових семінарів та міжнародних конференцій, присвячених творчості Шекспіра; встановлення, підтримка і розвиток партнерських стосунків з провідними зарубіжними шекспірознавчими інституціями, асоціаціями і центрами; репрезентація здобутків українського шекспірознавства у зарубіжних ЗМІ («World Shakespeare bibliography», ESRA, ESSE) [3].

Для дослідницької аудиторії в інтернет-просторі цікавим є сайт Мирослава Мороза «Шекспір в Україні» (бібліографічний покажчик), де зібрано інформацію про переклади творів Шекспіра українською мовою та критична література, авторами якої є українські письменники та діячі культури. Прикметно, що на сайті є дані про неопубліковані переклади творів Великого Барда, що стимулює й активізує дослідницький пошук.

У англomовному світі найбільш популярним за статистикою відвідувань є сайт «Mr. Shakespeare and the Internet». На ньому представлені унікальні документи шекспірівської доби, рецензії на веб-сайти, книги, DVD, вступні статті та передмови до різних видань Шекспіра, інформація про «золоту добу» англійської літератури, численні літературно-критичні матеріали. Для молодіжної аудиторії автори сайту пропонують комп'ютерні ігри, онлайн конкурси, відео-версії шекспірівських п'єс.

Ю.Черняк звертає увагу на те, що однією з найбільш поширених стратегій популяризації спадщини Шекспіра стало створення численних тематичних сайтів у мережі Інтернет. Вони, як правило, не тільки пропонують цікаву й водночас ґрунтовну інформацію про життя і творчість Великого Барда, але й створюють можливості інтерактивного спілкування між користувачами. Показовим у цьому плані є веронський сайт Клуба Джульєтти, який регулярно проводить розраховані головним чином на підлітків і молодь культурно-просвітницькі акції та конкурси, пов'язані з безсмертною трагедією Шекспіра «Ромео і Джульєтта» [2, 237].

Професор Едвард Кастронова з університету Індіани створив рольову комп'ютерну гру «Арден: Світ Шекспіра». Гравцям запропоновано відчувати себе учасниками подій, які відбуваються з героями шекспірівської історичної хроніки «Ричард III». Складні характери літературних персонажів, динаміка п'єси, оригінальне переплетіння психологічної переконливості з політичною логікою вчинків героїв – усе це робить твір Шекспіра придатною основою для вибудовування віртуального світу.

Цікава розробка Королівської шекспірівської компанії (Royal Shakespeare Company, RSC) – мобільний додаток до смартфонів та планшетів «Сонети Шекспіра», де можна почути твори поета у виконанні відомих акторів Стівена Фрая, Фіона Шоу, Девіда Теннанта, Патріка Стюарта. Мова Шекспіра досить складна для сприйняття, необхідно володіти знаннями і бажанням розібратися в труднощах, щоб відчувати всю красу і неповторність його творів. Після кожного відео з виступами професійних акторів можна знайти коментарі лінгвістів, істориків, культурологів і філософів. Можливість стежити за дискусіями і брати участь в них привертає увагу багатьох володарів цього додатку.

Проект web-мультимедіа енциклопедія «Вільям Шекспір і Ренесанс» є одним зі зразків прикладного використання сучасних інформаційно- комунікаційних технологій у процесі вивчення філологічних дисциплін, оскільки на ньому представлені матеріали до курсів з історії зарубіжної літератури і культури, розробки занять, кросворди, наочність для проведення лекцій, семінарів, практичних, що є знахідкою для освітнього процесу.

Вільям Шекспір – письменник, якого можна вважати позачасовим або навіть надчасовим класиком світової літератури. Інтернет-простір доповнює вже існуючі форми популяризації спадщини митця. Сфера використання даного матеріалу надзвичайно широка – наукові дослідження, театр і кінематограф, викладання творчості Шекспіра у вищій і середній школі. Широке коло потенційних користувачів електронних носіїв, яке може складатися як з активних користувачів глобальної мережі Інтернет, читачів і шанувальників творчості англійського драматурга, так і серйозних дослідників, перекладачів, видавців, режисерів, викладачів, студентів і школярів.

Список використаної літератури:

1. Тарасенко К.В. Шекспір у сучасному кіберпросторі: проєкції та інтерпретації / К. В. Тарасенко // Держава та регіони. Серія : Гуманітарні науки. – 2012. – № 4. – С. 12-15.
2. Черняк Ю.І. Основні стратегії популяризації творчості Шекспіра у молодіжному середовищі (аналіз зарубіжного досвіду) / Ю.І. Черняк // Іноземна філологія. Український науковий збірник. – Львів : Львівський національний університет імені Івана Франка, 2007 – Вип. 119 (2). – С. 236-240.
3. Український міжуніверситетський науково-дослідницький шекспірівський центр [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://www.shakespeare.zp.ua>

Науковий керівник: ст. викл. Костюк Т. П.

А. В. Обіденко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ТЕКСТ ТА ЙОГО ІНТЕРПРЕТАЦІЯ У ТВОРЧОМУ ДОРОБКУ УМБЕРТО ЕКО

Одним із наріжних каменів філософії та літератури постмодернізму, що сформувались у другій половині ХХ століття, є поняття інтерпретації тексту. Численні роботи визнаних корифеїв Р. Барта, Ж. Дерріда, Ж. Дельоза, М. Фуко, У. Еко пропонують багатий матеріал для вивчення феномену тексту у постмодерністську епоху. Не тільки зміст, а й сама форма художнього твору в літературі постмодернізму є навмисно багатозначними, відтак текст містить велику кількість потенційних смислів, при цьому жоден з них не може бути визнаним домінуючим, оскільки текст представляє лише поле можливостей, актуалізація яких залежить від інтерпретативної стратегії реципієнта [2, 8].

Великий внесок в розвиток теорії інтерпретації тексту здійснив видатний італійський письменник-постмодерніст, науковець-семіотик та медієвіст У. Еко. Різні аспекти творчості вченого та митця привертали увагу вітчизняних та зарубіжних дослідників (Ю. Лотман, Д. Затонський, М. Зубрицька, Е. Костюкович, А. Дзик, Л. Максимова, К. Межанов, В. Скуратівський та ін.).

Мета статті – дослідження проблеми інтерпретації тексту у роботах У. Еко («Реторика та ідеологія», «Надінтерпретація текстів», «Поетика відкритого твору», «Нотатки на полях «Імені троянди» та ін.).

Праця «Поетика відкритого твору» принесла У. Еко наукове визнання. В ній він обґрунтовує необхідність введення поняття «відкритий твір», яке, на його думку, має бути застосоване до сучасного мистецтва. Теоретик стверджує, що мистецтво, яке має намір відповідати запитам сучасного світу, повинно бути відкритим [1, 46]. Незавершеність і рух (твір у русі – термін, успадкований від Джойса) – це основні риси відкритого твору. У. Еко розрізняє два види творів: відкриті, які заохочують читача до творення тексту разом із автором (незавершені) і фізично завершені, які підлягають тривалому розмноженню. А де є «відкритий твір», там повинна бути і «відкрита інтерпретація» [2, 12]. Ступінь відкритості збігається зі свободою інтерпретації, а не її довільністю, яка посягає на семантичну ідентичність твору [1, 202].

Інтертекстуальність, за У. Еко, властива будь-якому твору, а текстовий «матеріал проявить свої природні властивості й одночасно нагадає і про культуру, що його сформувала» [5, 68]. Враховуючи такі характерні ознаки постмодерністського дискурсу як нелінійність, безструктурність, множинність, дискретність, У. Еко порівнює організацію художнього тексту з енциклопедією, в якій відсутня лінійність розповіді й яку читач може досягнути з будь-якого необхідного йому місця.

При написанні твору автор орієнтується на певного читача. Текст – це механізм, завдання якого створити власного зразкового читача. У. Еко наголошує: «Зразковий читач не той, хто висуває «єдиний вірний» здогад. Текст може зауважувати зразкового читача, який має право випробовувати нескінченну кількість домислів. Оскільки інтенція тексту, по суті, є витвором зразкового читача, що здатний формулювати припущення щодо нього, то ініціатива зразкового читача полягає у вимислі зразкового автора, який не ототожнюється з емпіричним автором, а лише з інтенцією тексту. Сам текст – це щось більше, ніж параметр, що використовується для підтвердження інтерпретації: текст є предметом, що вибудовується через інтерпретацію, що має форму замкненого кола, бо підтверджується тим, що сама збудує» [5, 48].

На думку У. Еко, автор не повинен інтерпретувати власний твір, роман за визначенням – машина-генератор інтерпретацій. Назва роману – ключ до інтерпретації, тому, на переконання вченого, авторові слід прагнути уникати заголовків-підказок. У романі «Ім'я троянди», наприклад, У. Еко використовує, як він сам зазначає, назву майже випадкову і таку, що насичена багатьма смислами, а значить, і сенсу в ній майже немає [3, 224]. Назва, як і задумано, дезорієнтує читача, який не може віддати перевагу одній певній інтерпретації. Назва повинна заплутувати думки, а не дисциплінувати їх [3, 229].

Уся теорія текстових інтерпретацій У. Еко покликана довести, що текст має власний сенс і правила прочитання, а читач формується самим текстом. Митець зазначає, що існує відмінність між «свободою інтерпретативного вибору», яку дає нам відкритий текст, і «свободою того читача, який поводить з текстом, як всього лише зі стимулом для своїх власних фантазій» [2, 170]. В останньому випадку інтерпретація буде помилковою, тому що не буде визначатися правилами, які інтенційно містяться в самому тексті.

Отже, «відкриті» твори запрошують читача-реципієнта до співтворчості з автором. Вони відкриті для генерування нових внутрішніх смислів, які реципієнт повинен відкривати в процесі сприйняття всієї сукупності стимулів, що надходять від тексту. Поетика «відкритого» твору створює новий тип відносин між художником і читачем, новий механізм естетичного сприйняття, означає нові практичні проблеми, створюючи комунікативні ситуації,

встановлюючи нові відносини між спогляданням і використанням мистецького твору [1, 48]. У постмодернізмі текст-особистість це одночасно і автор, і читач-інтерпретатор. Текст виступає простором людської свободи.

У теоретичному мікрокосмі У. Еко віднаходимо як цілий конгломерат цікавих ідей та концепцій, так і відлуння голосів багатьох теоретиків-сучасників ХХ століття, що засвідчує відкритість мислинневого світу автора та його творчу інтерпретаційну свободу.

Список використаної літератури:

1. Бензюк О. О. «Відкрита інтерпретація»: до постановки проблеми / Бензюк Олександр Олександрович // Міжнародний вісник : культурологія, філологія, музикознавство. – К. : Міленіум, 2015. – Вип. II (5). – 238 с.
2. Варениця О. П. Постмодерністський дискурс: радикальні спроби оновлення філософії : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.05 / Ольга Петрівна Варениця. – К., 2002 – 12 с.
3. Еко У. З нотаток до роману «Ім'я троянди» // Називати речі своїми іменами. – М.: «Наука», 1986. – С. 224-229.
4. Еко У. Реторика та ідеологія / Умберто Еко // Слово. Знак. Дискурс: Антологія світової літературно-критичної думки ХХ ст. / За ред. М. Зубрицької. – Львів: Літопис, 1996. – 498 с.
5. Скрипник К. Д. Умберто Эко. Парадоксы интерпретации / К. Д. Скрипник, Л. А. Штомпель, О. М. Штомпель. – М.: Издательский центр «МарТ», 2006. – 76 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Богданова І. В.

Я. В. Побиванець

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ЗОБРАЖЕННЯ ПЕРСОНАЖІВ У РОМАНІ «НЕ ТУРБУВАТИ» МЮРІЕЛ СПАРК

Творчість Мюріел Спарк займає значне місце у британській літературі ХХ ст. – початку ХХІ ст. Її творам притаманна блискуча сатира, письменниця тонко відмічає все, що стосується життя не тільки середнього класу, а й тих, хто носить звання «вищий клас». Мюріел Спарк – романіст, який сухо та іронічно, трохи відсторонено зображує своїх героїв та їхній світ та підкреслено об'єктивно репрезентує різноманітні побутові ситуації [1, 30].

Не винятком є роман «Не турбувати» з його чорним і дещо гірким гумором, в якому британська письменниця пропанує аналіз безпринципного світу, що живиться скандалами та сприймає смерть людини лише як ще одну чергову сенсацію. Багато в чому роман нагадує п'єсу – незначне дослідження емоцій, майже відсутній опис персонажів (окрім через діалоги), мінімальний опис дій необхідних для розвитку сюжету, а читач перетворюється на глядача телешоу, яке влаштовують слуги з заздальгідь розподіленими ролями.

Герої роману «Не турбувати» є органічною частиною щільного, густо замішаного побуту великого маєтку, який належить барону і баронесі. Головним персонажем роману є Лістер, дворецький маєтку, який впевнений в своїй ідеальності, обізнаний про все, що відбувається в житті барона та баронеси, для якого секрети слуг є частиною його обов'язків. На все він споглядає з висоти своєї обізнаності, неемоційно оцінюючи все, що відбувається навколо, прораховуючи всі можливі сценарії подій. Образ Лістера, його мораль, звички, мова – все взято зі сфери побутової конкретності і все надзвичайно правдоподібно – саме такий дворецький вимальовується в уяві пересічного читача. Але саме він є тим персонажем, завдяки якому цілком звичайна ситуація набуває таємничості [2, 337].

Надзвичайно яскравим і абсурдним є образ Елоїз – вагітної служниці, яка постійно шукає батька для своєї майбутньої дитини та з легкістю ставиться до того, що вона не знає хто є біологічним батьком її ненародженої дитини. Разом з персонажами, які її оточують, вона підбирає кандидатури та оцінює шанси інших бути батьком її дитини, втягуючи навіть барона і баронесу у цю гру. Разом з тим, виписуючи її образ, М. Спарк іронічно підкреслює сучасні шлюбні тенденції в суспільстві та переосмислення питання батьківства.

Традиційно М. Спарк поєднує трагічну інтонацію з іронічною, а її персонажі – реальні, психологічно конкретні, окреслені по типу певної соціальної групи. Усі герої настільки яскраво втілюють шаблони, які склалися в суспільстві щодо відносин між слугами та знаттю, їх образи настільки «чисті», що видаються абсурдними у своїй рафінованій чистоті. Та разом з тим кожен персонаж роману наділений тією особливою комбінацією душевних якостей, яка визначає їх людську неповторність, хоча вони і позбавлені внутрішнього руху, рефлексії. Їм не загрожують сумніви, вони не знають незадоволеності собою, їм немає чого досліджувати в своєму внутрішньому світі, тому що їх внутрішній світ повністю вичерпаний зовнішніми проявами. Герої роману не живуть, а перебувають в стані внутрішньої завершеності, наслідком і проявом якої є їх вчинки [2, 338].

Подія як основа сюжетної конструкції визначає творчість М. Спарк, починаючи з роману «Розрадники» і закінчуючи романом «Старші класи». З кожним твором, чи то романом, чи то новелою, М. Спарк використовує подію, як ще одного персонажа, який дозволяє читачеві повністю зануритися в світ, що зображується [1, 31].

Події у романі «Не турбувати» змушують читача постійно повертатися до діалогів між персонажами, в яких читач має знайти для себе пояснення їх вчинків, адже Мюріел Спарк досить стримано змальовує розвиток подій, з одного боку, надаючи читачеві відчуття максимальної реалістичності описуваних подій, а з іншого, підкреслюючи всю абсурдність ситуації.

До маєтку Клопштоків приїжджає секретар – Віктор Пассера, на вулиці, його чекають друзі. Ось як ставиться до їх присутності Лістер:

«... *Who were those people banging at the back door?*
– *The girls in the car. One of them's a masseuse....*
– *And the other?*
– *The other didn't say. I didn't ask.*
– *You did right. They don't come into the story»* [3, 51].

Дія роману розгортається в чітко обмежених просторових рамках, за межі яких дійові особи не можуть вийти. Читач має змогу спостерігати за подіями в замкнутому просторі великого маєтку, ординарно-стандартний інтер'єр якого нагадує читачу класичні вітальні, холи та бібліотеки Англії. Через цю обмеженість читач відчуває себе як у театрі, де декорації – це лише відображення ситуацій та подій. Нерухома, незмінна структура простору посилює абсурдність образів персонажів роману, адже з кожним новим інтер'єром маєтку вони видаються все більше схожими на картини та фарфорові фігурки, що прикрашають кімнати.

При всій однозначності, площинності цього маленького світу, позбавленого глибини, застиглою у своїй омертвілої статичності, його зображення парадоксально і внутрішньо діалогічно, як це властиво всякому парадоксу: буденне, усталене, само собою зрозуміле раптом виявляється протиприродним. Моральність персонажів показує їх власне ставленням до ситуацій і подій: служниця, яка не знає, хто батько її дитини і це є для персонажів роману предметом спортивного інтересу, як і для самої Елоїз, тому що їх хвилює тільки реакція журналістів на її вагітність; ставлення до хворого, якого тримають на даху; кількості коханців баронеси Клопшток, яких вона видає за своїх помічників:

«– *Pablo is the father, – Heloise declares....*
– *I wouldn't be so sure of that, – Lister says, – and neither would you.*
– *Well it isn't the Baron, – says Heloise.*
– *No, it isn't the Baron, – says Lister.*
– *It isn't the Baron, that's for sure, – says Eleanor.*
– *The poor late Baron, – says Heloise.*

– *Precisely, – says Lister. – He'll be turning up soon. In the Buick, I should imagine»* [3, 7].

Таким чином, парадоксальне і абсурдне у М. Спарк виростає з самої гущі буденного. Природа абсурду у романі «Не турбувати» полягає у зображенні хворобливої логіки буття, яка видає себе за норму. Моральні норми загальноприйнятого лише видимість, за якою ховається порожнеча. Причому ця порожнеча не заповнюється навіть емоціями. Мотивування вчинків

героїв роману «Не турбувати» не лежить в області почуттів, дріб'язковості чи лицемірства, вони роблять те, що диктує їм практична необхідність.

Список використаної літератури:

1. Себежко Е.С. Новеллистика Мюриэл Спарк . Научные доклады высшей школы / Е.С. Себежко // Филологические науки. – 1984. – № 2 – С. 30 – 35.
2. Шляпникова М. В. Позднее творчество Мюриэл Спарк / М.В. Шляпникова. // Русская и сопоставительная филология : Лингвокультурологический аспект. – Казань, 2004. – С. 336 – 341.
3. Spark M. Not to Disturb. – 1971. – Macmillan London LTD, Bristol.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Шуба Ю.В.

Я.В. Пономаренко

Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ФОРМЫ ИРОНИИ В ТВОРЧЕСТВЕ Н. В. ГОГОЛЯ

История развития и становления языковой культуры славян немислима без изучения творчества великого русского прозаика, драматурга, критика и публициста Н.В. Гоголя. «Имя Гоголя, – отмечает В.В. Виноградов, – вошло в круг имен величайших деятелей русской литературы и русской речевой культуры» [1, с. 16]. Особым реализмом и критическим изображением действительности эпохи XIX века пронизаны произведения Н.В. Гоголя, которые отличаются использованием национального русского языка во всем многообразии его проявлений, сближая язык художественной литературы с разговорной речью. «В образной семантике народных слов и прозвищ, в богатой оттенками и поражающей острыми сопоставлениями понятий синонимике народных выражений Гоголь старается открыть национально-русское понимание тех или иных предметов, качеств, свойств» [2, с. 56]. Наполненность произведений писателя разнообразной по окраске лексикой способствует формированию комических представлений об изображаемой действительности, среди которых особый пласт занимает ирония. Как равноправная форма комического ирония является феноменом культуры, свидетельством определенного уровня зрелости культуры [5, с. 8], выступает «отражением менталитета народа и имеет этнокультурную специфику» [4, с. 10].

Гоголевская ирония отличается особой экспрессией, переплетается с сатирой и юмором и зачастую носит скрытый характер, то есть является способом выражения неявной авторской оценки в произведении. Рассмотрим лексические средства актуализации иронии в повести Н.В. Гоголя «Старосветские помещики», в которой, рассказывая об «идеальной» жизни супружеской пары помещиков Афанасия Ивановича и Пульхерии Ивановны, писатель с иронией вскрывает все пустоты человеческого существования героев произведения.

Остановимся на анализе лексических единиц, получивших эмоционально-образную, ироническую окраску в небольших контекстах и придающих ироническую направленность всему произведению.

Скрытая оценка писателем главных героев повести раскрывается с помощью сравнения персонажей с героями античного мифа. Используемые имена собственные *Филемон* и *Бавкида* трактуются в мифологии как «неразлучная и любящая чета, незлобивая и радушная» [6], что указывает на чрезмерную доброту и неразлучность супружеской пары помещиков. Ср.: «Афанасий Иванович Товстогуб и жена его Пульхерия Ивановна Товстогубиха <...> Если бы я был живописец и хотел изобразить на полотне *Филемона* и *Бавкиду*, я бы никогда не избрал другого оригинала, кроме их» [3, с. 169].

Бесцельная жизнь главных персонажей, полная безмятежности и спокойствия, завуалирована автором в ироничном описании их жилья. Писатель использует ряд прилагательных с уменьшительно-ласкательным значением, образованных при помощи суффикса *-еньк*: *маленький*, *низенький*, *узенький*. По сути, такой является и вся жизнь героев, ограниченная только помещьем. Ср.: «Комнаты домика, в котором жили наши старички, были *маленькие*, *низенькие*, какие обыкновенно встречаются у старосветских людей» [3, с. 170]; «Стены комнат убраны были несколькими *картинами* и *картинками* в старинных

узеньких рамах» [3, с. 170 – 171]. С иронией автор описывает захлавленную обстановку комнат, отражая в накопительстве одну из особенностей жизни героев в своем маленьком мире. Н.В. Гоголь использует своего рода игру слов, противопоставляя существительные с нейтральными суффиксами существительным с суффиксами с уменьшительно-ласкательным значением *-ин+к, -ичк, -очк, (о)к*: *картины и картинки, сундуки и сундучки, ящички и ящички, мешки и узелки, клубки и лоскутки*. Ср.: «Комната Пульхерии Ивановны была вся уставлена *сундуками, ящичками, ящичками и сундучочками*. Множество *узелков и мешков* с семенами, цветочными, огородными, арбузными, висело по стенам. Множество *клубков* с разноцветною шерстью, *лоскутков* старинных платьев, шитых за полстолетие, были уложены по углам в *сундучках* и между *сундучками*» [3, с. 171].

Запасливость и расчетливость как черты характера и смысл существования Пульхерии Ивановны писатель представляет скрыто с помощью ряда отглагольных существительных *отпирание, запираение, соление, сушение, варение*, а также ряда глаголов с приставкой *на-* со значением постепенного накопления, действия в большом количестве. Ср.: «Хозяйство Пульхерии Ивановны состояло в беспрестанном *отпирании* и *запирании* кладовой, в *солении, сушении, варении* бесчисленного множества фруктов и растений <...> Всею этой дряни *наваривалось, насаливалось, насушивалось* такое множество, что, вероятно, она потопила бы наконец весь двор, потому что Пульхерия Ивановна всегда сверх расчисленного на потребление любила готовить еще на запас ...» [3, с. 172]. Скрытая авторская оценка главной героини представляется с помощью прилагательного цветообозначения *серенький* – с одной стороны, через описание ее привязанности к серенькой кошечке, а, с другой, предпочтения серенького платья, что говорит о серой и никчемной жизни героини, лишенной ярких событий и каких-либо перемен. Ср.: «У Пульхерии Ивановны была *серенькая* кошечка, которая всегда почти лежала, свернувшись клубком, у ее ног <...> Нельзя сказать, чтобы Пульхерия Ивановна слишком любила ее, но просто привязалась к ней, привыкнув ее всегда видеть» [3, с. 179]; «Платье наденьте на меня *серенькое* – то, что с небольшими цветочками по коричневому полю. Атласного платья, что с малиновыми полосками, не надевайте на меня: мертвой уже не нужно платье» [3, с. 180].

Иронический колорит, пронизывающий повесть от начала до конца, представлен противопоставлением словосочетания *взаимная любовь*, которым автор характеризует отношения между супругами в течение всего произведения, лексемам *долгая, медленная, бесчувственная привычка* в заключении повести, что косвенно указывает на мнимость их истинной любви и на бессмысленность прожитой жизни персонажей. Ср.: «Нельзя было глядеть без участия на их *взаимную любовь*» [3, с. 169]; «Что бы ни было, но в это время мне казались детскими все наши страсти против этой *долгой, медленной, почти бесчувственной привычки*» [3, с. 184].

Таким образом, ирония в проанализированной повести представлена набором определенных лексических единиц, в которых скрыта оценочная позиция автора по отношению к героям повести и их жизни, а также связана с видением мира, социальными ценностями русского народа представленной эпохи и является элементом отражения их языковой культуры.

Список использованной литературы:

1. Виноградов В.В. Гоголь как культурно-психологическое и народно-языковое явление // Памяти академика Виктора Владимировича Виноградова: сб. ст. – М.: Изд-во МГУ, 1971. – С. 13 – 22.
2. Виноградов В.В. Избранные труды. Язык и стиль русских писателей. От Гоголя до Ахматовой. – М.: Наука, 2003. – 390 с.
3. Гоголь Н.В. Вечера на хуторе близ Диканьки; Миргород. – Мн.: Нар. асвета, 1980. – 351 с.
4. Горностаева А.А. Ирония в английской и русской коммуникативных культурах: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. – М., 2013. – 22 с.
5. Пивоев В.М. Ирония как феномен культуры. – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2000. – 106 с.
6. Энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/60478> (дата обращения: 11.05.2016).

Науковий керівник: д. філол. н., професор Киченко О.С.

ОБРАЗ ГАМЛЕТА В ЛІТЕРАТУРІ ХХ СТОЛІТТЯ

Завершення Другої світової війни ознаменувало важливий поворот у світосприйнятті західної цивілізації. Війна стала не тільки зіткненням держав, а й зіткненням ідей, кожна з яких обіцяла зробити світ ідеальним, а натомість призвела до величезної кількості жертв. Звідси – світоглядна криза, яка стала результатом зневіри в Богові, розумі, державі тощо; відчуття світу як хаосу, позбавленого порядку, норм та авторитетів. Формується нова світоглядна та мистецька парадигма, що приходить на зміну модерністській і отримує назву постмодернізму. На відміну від мистецтва попередніх епох, яке запозичувало сюжети із самої дійсності, постмодернізм орієнтується на створені зразки, переосмислюючи та переписуючи їх. Принципи повторюваності та сумісності перетворюються на стиль художнього мислення з притаманними йому рисами еkleктики, тяжінням до стилізації, цитування, переінакшення, ремінісценції, аллюзії.

Модернізм, що досліджував світ як реалізацію певних абсолютів, вічних істин, поступився постмодерну, для якого весь світ – гра без щасливого завершення. Як філософська категорія термін «постмодернізм» поширився завдяки працям філософів Ж. Дерріди, Ж. Батая, М. Фуко й особливо книзі французького філософа Ж.-Ф. Ліотара «Стан постмодерну».

Вільям Шекспір – безсмертний геній, який «заклав у свої твори величезні скарби потенційних смислів» [1, 332], що не втрачають актуальності до сьогодні не лише для пересічних читачів, а й для літературознавців, лінгвістів, істориків, філософів, акторів та режисерів, для яких драматургія видатного митця залишається справжньою скарбницею ідей та образів.

Трагедія «Гамлет», образ її головного героя приваблюють митців та дослідників різних епох і країн. В. Шекспір чи не вперше у світовій літературі зобразив свого героя внутрішньо роздвоєним, його характер – суперечливим, а вчинки – неоднозначними. Трагедія та її герой стали об'єктом дослідження багато вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких О. Анікст, Ф. Бауерс, Е. Берджес, М. Блюменкранц, Г. Брандес, Е. Бредлі, Л. Виготський, А. Гулига, С. Кримський, А. Нямцу, А. Магаліф, С. Маршак, Г. Померанц, С. Савіцький, В. Табачковський, М. Урнов, І. Франко та багато інших.

Сучасний підхід до творчості великого драматурга характеризується появою нових інтерпретацій, що дають можливість і письменникам-постмодерністам, і дослідникам розглянути образ головного героя трагедії під несподіваним кутом зору.

В літературі ХХ століття трагедія В. Шекспіра переосмислюється й переписується неодноразово, продукуючи нові тексти, які умовно можна диференціювати як: 1) переклади самого твору, «адаптовані» під новий час і національні особливості країни, для якої вони створені (А. Чернов, Ю. Андрухович); 2) «переписані», нові версії «Гамлета» (Б. Акунін «Гамлет. Версія»; Т. Стоппард «Розенкранц і Гільденстерн мертві»; Дж. Апдайк «Гертруда і Клавдій»); 3) нові авторські твори, де фігурують образи шекспірівської драми (А. Мердок «Чорний принц» та ін.).

Представники нової постмодерністської перекладацької школи тяжіють до ігрового, іронічного ставлення до тексту оригіналу, подаючи власне бачення твору. Так, А. Чернов у коментарях до тексту перекладу «Гамлета» подає власне розуміння трагедії Шекспіра, її побудови, образів, етимології імен дійових осіб тощо. Особливу увагу автор приділяє поезиці шекспірівського твору – використанню В. Шекспіром так званого «темного стилю» (гра слів, цитування, «анаграмування» тощо), загадок, метафор.

Ю. Андрухович маркує український текст «Гамлета» притаманними його письменницькому стилю специфічними лексичними одиницями: словами, що позначають реалії сучасного життя, сленговими та діалектичними вкрапленнями. Натомість «дядька» з'являється «стрий», а для Марцелла, Бернардо й Гораціо привид — це «жах і шок» (у той час як у Шекспіра — «marvel» (диво)). Емоційно та стилістично забарвлена лексика перекладу наближає текст трагедії до сучасного українського глядача.

Численною є друга група творів, що об'єднує версії «Гамлета», які «базуються на дозаповненні «лакун» тексту оригіналу» [2, 11], оскільки сам шекспірівський текст містить чимало недостатньо з'ясованих місць, що їх можна по-різному інтерпретувати.

Зокрема, Б. Акунін у властивій йому манері пропонує версію «Гамлета» – п'єсу-детектив, створивши новий образ Гораціо, якого пов'язує з родом фон Дорнів і цим самим залучає до циклу творів про Ераста Фандоріна. Його Гамлет руйнує всі уявлення про стрункого красеня-філософа, виступаючи непривабливим зовні і за внутрішньою суттю. Поетика акунінського твору характеризується змішуванням шекспірівських реплік, знайомих читачеві зі шкільної програми літератури, з власними; поєднанням ознак детективного, трагічного, комічного жанрів тощо, в результаті чого читач залучається до авторської гри з текстом оригіналу.

Таким чином, вічний образ В. Шекспіра залишається одним із найбільш улюблених в літературі ХХ століття. Вічні питання, означені в трагедії, сьогодні не втрачають актуальності і постають в оновленій, сучасній інтерпретації. Творчість Шекспіра продовжує надихати великих поетів, письменників, філософів, музикантів, акторів та режисерів, являючи феномен, що живе у віках.

Список використаної літератури:

1. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
2. Бербенець Л. С. Пастиш як спосіб переписування класики у літературі постмодернізму / Л. С. Бербенець // Всесвітня література та культура в навчальних закладах України. – 2008 – № 2. – С. 7–16.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Богданова І. В.

К. Г. Penemii

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ОСОБЛИВОСТІ ЖАНРУ ФЕНТЕЗІ

Фентезі – це один із різновидів фантастичної літератури. Частина дослідників (Аверинцев С.С., Демина А.В.) вважають його метажанром, тобто наджанровим утворенням, що виходить за межі літератури, якому притаманне розмаїття власних жанрів і зв'язок з культурою своєї доби [1; 2]. Останніми десятиліттями кількість авторів, які працюють у метажанрі фентезі, збільшується. Так само стійкою залишається і тенденція зростання популярності цієї літератури. Оскільки фентезі вже порівняно давно оформилося в окрему літературну течію, науковці визначають низку особливостей, що відрізняють його від інших (у тому числі й найближчих) жанрів. В уяві багатьох читачів фентезі й наукова фантастика є дуже близькими. Проте визначальною рисою другої є надзвичайно тісний зв'язок із наукою та її досягненнями. Наукова фантастика спирається на наукову картину світу, намагаючись лише дещо розсунути його межі в часі та просторі, щоб змодельювати перебіги подій і спрогнозувати можливі наслідки для випадків «а що, якщо..?» [1, 251].

Незмінність етичних принципів є ознакою фентезі доби модернізму. Існують думки щодо протиставлення «*modern*» та «*postmodern*» фентезі саме на цій підставі [3, 138]. Проте дослідження фентезі доби постмодернізму свідчать про відновлення та утвердження гуманістичних констант. А чисельні алюзії наводять на думку про зв'язок на рівні ідейного підґрунтя.

Фентезі передбачає можливість взяти щось повсякденне та знайоме, таке, чого вже не помічаєш, підняти його на рівень очей, покрутити у різні боки та показати читачеві з нової точки зору, так, щоб цього разу він побачив це вперше [4, 116]. Саме ця теза стала основою для багатьох творців у жанрі фентезі як літературного явища та фантазії як форми свідомості людини. Одивнення – базовий принцип метажанру фентезі, пов'язаний з переосмисленням ролі чарівних казок письменниками-модерністами.

Фантазія письменника, на думку Дж. Р. Р. Толкіна, стає «відновленням, яке включає повернення і оновлення життєвих сил, – це нове надбання: отримання ясності погляду» [5, 125]. Т. Претчетт називає фентезі «набором інструментів, за допомогою якого ми можемо зібрати світ наново» [4, 7], постійно підкреслює активну роль фантазії у формуванні ставлення людини до реальності. Людина позбавляється залежності від предметного світу, досліджує його відокремлені проблеми у виділеній підконтрольній області, обмеженій певними рамками, де сам автор має необмежену свободу.

Властивий фентезі новітнього часу принцип звернення не лише до міфологічних, але й до реальних персонажів при концентрації уваги на повсякденних і звичних речах, показаних під новим кутом зору. Головне в такій літературі не наявність чарівних істот, чаклунів та гоблінів, а новий погляд на світ, який поєднує реальне та фантастичне, відкриваючи глибше розуміння матеріальної реальності через принцип оновленого погляду.

Відмінними рисами фентезі є:

- наявність вигаданого світу зі своєю географією, історією і культурою;
- магія як основа, один із законів функціонування фентезійного всесвіту і система знань про механізми фентезійного світу;
- складний міфологічний або казковий сюжет;
- багатоступінчастий квест головного героя або команди героїв, представлений зазвичай глобальною і таємничою місією (порятунок світу) [2, 13].

Отже, як свідчить усе зазначене вище, на формування і розвиток жанру фентезі певною мірою вплинули такі літературні фактори, як міфологія, фольклор, героїчні, лицарські і готичні романи, пригодницька література, твори класичної літератури і, звісно ж, фантастика, зокрема й наукова. Деякі елементи такої літератури були запозичені авторами-фентезистами. Однак слід пам'ятати, що фентезійне є інтертекстуальною структурою, тому посідає важливе місце серед літератури сучасного постмодернізму, сприяє відродженню інтересу до культури античності й середньовіччя. Адже в основі формування фентезі лежить діалог традицій різних епох і літературних течій, а основним завданням літератури є відродження світлої та доброї архаїки на протигагу сучасній культурі прагматизму і наукового прогресу.

Список використаної літератури:

1. Аверинцев С. С. Гилберт Кит Честертон, или Неожиданность здравого смысла / Аверинцев С. С. // Г. К. Честертон. Писатель в газете: художественная публицистика. – М.: Прогресс, 1984. – 384с.
2. Демина А. В. Фэнтези в современной культуре: философский анализ : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филос. наук : спец. 24.00.01 «Теория и история культуры» / А. В. Демина – Астрахань. – 2015. – 22 с.
3. Васильева, Е.В. Художественный мир романов Г. К. Честертон.: дис. ... кандидата филол. наук : 10.01.05 / Васильева Екатерина Владимировна – Воронеж, 2000 – 237 с.
4. Лукманова О. Б. Жанровое своеобразие литературных сказок Джорджа Макдональда: дис. ... кандидата филол. наук : 10.01.05 / Лукманова Ольга Борисовна – Нижний Новгород, 2012. – 227 с.
5. «Do You Consider Yourself a Postmodern Author?»: Interviews with Contemporary English Writers / Freiburg R., Schnitker J. (eds.). – Hamburg: LIT Verlag Munster, 1999. – 239 p.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Шуба Ю.В.

А. С. Савченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

СПЕЦИФІКА ЕМІГРАНТСЬКОГО РОМАНУ У КАНАДСЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ

На сучасному етапі розвитку людства тема емігрантського роману постає актуальною особливо для таких країн як Канада, де мирно співіснують тридцять дві етнічні спільноти – переселенці з різних частин світу, при цьому процес еміграції триває і дотепер. Літературознавці та критики неодноразово вивчали емігрантський роман з різних перспектив. Так, канадська література привернула увагу як вітчизняної (Н. Ваннікова, А. Голишева,

Н. Овчаренко), так і зарубіжної критики (Д. Мейндл, Г. Стільц, Д. Стук, Ф. Хеміл) [див.: 2]. Серед проблем, до яких апелювали дослідники, стали місце приналежності і його втрата, самоусвідомлення та зображення себе, процес поступового руйнування самого почуття периферійності і прагнення «колишніх маргіналів» утвердити власну національну ідентичність. Позаяк багато лакун все ще залишається не заповненими, особливо це стосується канадського емігрантського роману кінця ХХ – початку ХХІ століття. Метою цієї розвідки є дослідження особливостей канадського емігрантського роману на межі тисячоліть.

Еміграція до Канади в останні десятиліття ХХ століття змінила свій етнічний склад. Серед прибульців вже більшу частину становить кольорове населення країн Азії та Африки. Розширення спектру канадської «мозаїчності» істотно вплинуло на білінгвальні концепції, що тривалий час домінували у країні. Акт мультикультуралізму став вирішальним документом для канадської культури, змінивши колишню бікультурну структуру країни на багатоетнічну модель, у якій конфліктів англо- і франкомовної культур відводиться вже менше місця [2].

Кожна етнічна спільнота Канади живе у власній реальності та на власній території, водночас вони всі разом, формуючи певну сукупність значень, живуть відповідно до загальних природних і соціальних циклів. Письменник- емігрант не лише пише про емігрантський досвід, а й він сам живе у цій атмосфері. Наприклад, Брайян Мур – ірландець за походженням, Остін Кларк – виходець із Барбадосу, Габріель Шохнер – угорець за походженням, Стівен Джілл – виходець із Індії [2,182].

Дослідники стверджують, що емігрантський роман передусім є віддзеркаленням жорстких реалій поселення на чужій землі. Перш за все, цей роман розкриває невизначеність та побоювання перших поселенців і часто їхнє сліпе самозаспокоєння. Емігрантський роман має свою історію розвитку, а саме: від звичайних казок до саги або «сімейного роману», та визначається низкою характерних рис, серед яких визначне місце займає поняття історичної пам'яті, яка розкривається за допомогою алегорії, сатири, тощо. Ці засоби дають можливість читачеві простежити звичаї й відчутти різноманіття почуттів різних етносів. Крім того, часто спостерігається той факт, що північноамериканський матеріалізм впливає на життя етнічної спільноти. Нарешті, письменник, який сам є емігрантом, постає ефективним барометром соціальних змін: він є тим, хто бачить і повідомляє про ідеї та емоції, що характеризують життя та побут на новій території.

Канадський емігрантський роман має свою специфіку. Як зауважує українська дослідниця Н. Овчаренко, створюючи національного літературного героя, образ якого максимально повно відповідає канадській дійсності, письменники все ж відштовхувались від європейських та американських моделей художньої техніки. Цей баланс між британськими та американськими моделями, вважає канадський дослідник В. Кейт, зрештою був усвідомлений як неодмінно канадська незалежна позиція. Дослідник наголошує на соціальній ролі емігрантського роману, що «занурюється в унікальний світ американської культури, заради виявлення національної ідентичності і одночасно заради відмови від успадкованих стандартів європейської цивілізації» [див.: 1,148]. Саме завдяки цій ролі емігрантський роман набуває національного звучання в постколоніальних літературах (австралійській, канадській, новозеландській) [2.,148].

У другій половині ХХ століття з'являються канадські емігрантські романи, головним героєм яких стає митець («Суміш вад» Р. Дейвіса (1958), «Прихована гора» (1962) Г. Роя, «Те літо в Парижі» (1963) М. Каллагана, «Жокей із Сент-Урбана» (1966) М. Річлера, «Дуже самотній» (1971) Дж. Бака, «Скан» (1972) Б. Харлоу, «Провидиці» (1974) М. Лоуренс, «Суонн» (1987) К. Шилдс) [1,148]. Якщо європейській літературі властивий переважно романтичний тип героя, крізь який зазвичай вирішується проблема самотності творчої людини, то в канадській літературі відбувається зміна акцентів в інтерпретації теми мистецтва та художника – письменники висувають на перший план проблему пошуку митцем свого місця у житті та мистецтві, що виходить на загальнонаціональний рівень. Якщо в європейських літературах цей пошук заснований на руйнуванні або втраті власних цінностей і формуванні нових, то у канадській традиції мова йде про пошук митцем таких морально-естетичних цінностей, що могли б стати загальнонаціональними, і їх пошук завжди тісно пов'язаний з виявленням не тільки власної, а й національної ідентичності [1,149].

Таким чином, канадський емігрантський роман має власну історію розвитку та зачіпає низку проблем самих етнічних спільнот, які проживають на канадській території. Крім того, цьому роману притаманний пошук головного героя національної ідентичності.

Список використаної літератури:

1. О.К. Козлова Історико-літературні тенденції формування канадського роману про митця кінця XIX – початку XX століття. / К.О. Колова – Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.irbis-nbuv.gov.ua>cgiirbis_64.
2. Овчаренко Н.Ф. Канадський літературний канон на зламі століть. – К. : Вид-во гуманітарної літератури, 2006. – 311 с.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Заїковська О. М.

Т. В. Середенко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ГОТИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В ПОВЕСТИ Н. КАРАМЗИНА «ОСТРОВ БОРНГОЛЬМ»

XVIII век вошел в историю русской литературы как эпоха великих перемен. Всего за сто лет она прошла путь, который в Западной Европе длился более двух столетий: от барокко до предромантизма. Стремительное развитие коснулось абсолютно всех сторон литературы, начиная с идеологического уровня и заканчивая жанровым составом. Наиболее ярко, как нам кажется, изменения отразились в жанре повести, которая на протяжении столетия постепенно отказалась от религиозной тематики и обратилась к авантюрному содержанию, сменив свою внутреннюю направленность с назидательности на развлечение. Такой развлекательностью характеризовались, прежде всего, западноевропейский «готический роман», который, по словам В. Вацура, так и не стал самостоятельным жанром в России XVIII – XIX веков. Однако отдельные мотивы, связанные с «ужасами и тайной» прочно закрепились в литературной традиции предромантизма и романтизма.

Изучению традиций «готического романа» посвящено много работ как отечественных (И. Лимборский, Т. Ефименко, А. Мунтян, Е. Нагачевская, Н. Яцкив), так и зарубежных исследователей (М. Ладыгин, Н. Соловьева, П. Бриджвотер, В. Вацура, А. Кудреватых, Б. Нацпок, М. Саммерс, Э. Биркхед, М. Джеймс). Однако проблема «готической» повести в истории русской литературы, на наш взгляд, разработана недостаточно.

Цель нашего исследования может быть определена как анализ поэтической специфики и места готических мотивов в повести Н. Карамзина «Остров Борнгольм».

Появление во второй половине XVIII века в западноевропейской литературе, так называемого романа «ужасов и тайн» знаменовало переход к новому литературному направлению, которое впоследствии будет называться романтизм. Изначально создаваясь как развлекательная и несерьезная литература, готический роман впоследствии приобретает значительность в «недрах романтизма». Его особенностями можно назвать изображение сверхъестественного, загадочного, мрачного. Сюжеты, как правило, основаны на таинственных преступлениях, герои отмечены печатью рока и демонизма [2, 92]. Яркими образцами западноевропейской готики, заложившими основу сюжетных и образных коллизий, принято считать А. Радклиф «Удольфские тайны», М. Г. Льюис «Монах», Мэри Шелли «Франкенштейн, или Современный Прометей», Гораций Уолпол «Замок Отранто», Жак Казот «Влюбленный дьявол», Уильям Бекфорд «Ватек». О. Матвиенко «три кита» готической литературы называет тайну, страх и непознаваемость мира, которые позволяют ей органично вливаться в иные художественные системы и обогащать их [4, 129].

В русской литературе к готике первыми обратились авторы-сентименталисты, например, Н. Карамзин в повести «Остров Борнгольм». О том, что традиции «готического романа» уже были знакомы русскому читателю конца XVIII века писал В. Вацура в монографии «Готический роман в России» [1].

Произведение открывается весьма таинственным описанием моря, в котором чувствуется необъяснимая тревога: «пенистые валы, которые в бесчисленных рядах из мрачной отдаленности неслись к острову глухим ревом» [3, 548]. Впоследствии картины волнующегося моря перерастут в суровые и тревожные изображения острова, «со всех сторон неприступным, со всех сторон огражденным рукою величественной природы; ничего, кроме страшного не представлялось на седых утесах. С ужасом видел я там образ хладной, безмолвной вечности, образ неумолимой смерти и того неопisanного творческого могущества, перед которым все смертное трепетать должно» [3, 551]. Подобные хмурые зарисовки и настроения сопровождают все повествование: «солнце погрузилось в море», «темное предчувствие», «опасное место», «печальные звуки», «странное впечатление, смешанное отчасти с ужасом», «готическое здание», «схватил от страха», «езде было мрачно и пусто» и другие. Местное население только подчеркивает сумрачный и угрюмый настрой рассказчика: «тут встретили нас рыбаки, люди грубые и дикие, выросшие на хладной стихии под шум валов морских» [3, 551].

Мрачное настроение, зловещий характер пейзажа дополняются звуками песни о загадочной несчастной любви, исполняемой таинственным незнакомцем: «заиграл [незнакомец] на своей гитаре печальную прелюдию, смотря беспрестанно на море, и запел тихим голосом...» [3, 548]. Эта череда картин и воспоминания о песне, пробуждают жалость, бурю чувств в сердце рассказчика, а также желание разгадать тайну острова Борнгольм. Как мы видим, пейзаж в «Острове Борнгольме» имеет сюжетную функцию, причем ту же, что и в готическом романе. Он подготавливает сюжетно-композиционную константу – описание замка.

Во многих готических произведениях «замок» является пространством повествования. Он представляет замкнутый хронотоп для участников таинственной истории, в котором пространство подчиняет себе историческое время: «Ворота хлопнули за нами, мост загремел и поднялся. Через обширный двор, заросший кустарником, крапивою и полынью, пришли мы к огромному дому, в котором светился огонь. Высокий перистиль в древнем вкусе вел к железному крыльцу, которого ступени звучали под ногами нашими. Везде было мрачно и пусто. В первой зале, окруженной внутри готическою колоннадою, висела лампада и едва-едва изливала бледный свет на ряды позлащенных столпов, которые от древности начинали разрушаться; в одном месте лежали части карниза, в другом отломки пиластров, в третьем целые упавшие колонны» [3, 552]. Важной особенностью «готического» хронотопа является двойная система временных координат: следы и последствия прошлого ощущаются в настоящем [1, 86].

Примыкает к образу замка образ грубой пещеры, где «за железною решеткою, на которой висел большой замок, горела лампада, привязанная ко своду, а в углу, на соломенной постеле лежала молодая бледная женщина в черном платье» [3, 555]. Почему и при каких обстоятельствах женщина оказалась замкнутой в темнице автор прямо не рассказывает, мы только узнаем, что «старец рассказал <...> ужаснейшую историю – историю, которой вы теперь не услышите, друзья мои; она останется до другого времени. На сей раз скажу нам одно то, что я узнал тайну гревзендского незнакомца – тайну страшную! <...> и ветер свеял в море слезу мою» [3, 558]. Читателю остается только догадываться, соотносить смысл песни таинственного певца с возможной разгадкой тайны острова.

Таким образом, появление в творчестве русских сентименталистов готических мотивов объясняется зарождением трагического мироощущения, которое впоследствии станет основой для романтизма. Неслучайно, романтики в своих произведениях с убедительностью заговорят о мировом зле, неизбежном, вечном спутнике человека. А страшное и злое, искони живущее во внешнем мире и в глубине человеческой души, закрепятся в литературе последующих эпох.

Список использованной литературы:

1. Вацуро В. Э. Готический роман в России / Вадим Вацуро. – Москва : «Новое литературное обозрение», 2002. – 544 с.
2. Иванова Н. П. Готические мотивы в творчестве русских романтиков / Н. П. Иванова // Матеріали Міжнародної наукової конференції «Східнослов'янська філологія: від Нестора до сьогодення». – м. Горлівка, 20–21 травня 2010. – С. 92–94.

3. Карамзин Н. М. Остров Борнгольм / Н. М. Карамзин // Карамзин Н. М. Письма русского путешественника. Повести / Вступ. Ст. Н. Н. Акоповой; предисл. Г. П. Макогоненко; прим. М. В. Иванова. – М.: Правда, 1982. – С. 547 – 558.

4. Матвиенко О. В. Пушкинские готические мотивы в контексте западноевропейской традиции / О. В. Матвиенко // А. С. Пушкин: Филологические и культурологические проблемы изучения. Материалы международной научной конференции 21-30 октября 1998. – Донецк, 1998. – С. 129.

Науковий керівник: к. філол. н., ст. викл. Іванова Н. П.

Т. В. Ткаченко

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

РОМАНТИЧНИЙ СВІТ ТВОРІВ Е.Т.А.ГОФМАНА

*Романтизм — це «внутрішній світ людини,
сокровенне життя її серця»
(В. Белінський)*

Актуальність дослідження. Тенденції розвитку сучасного суспільства висувають нові вимоги до людей, а отже і до національної системи освіти та виховання, яка, по-перше, має сприяти реалізації основних завдань культурного розвитку суспільства на основі інтеграції загальноєвропейської та національної культурної спадщини, а по-друге, відігравати вирішальну роль у становленні та розвитку кожної особистості, зокрема у формуванні ціннісних орієнтирів кожного індивіда, розвитку полікультурної особистості з урахуванням як світових, так і національних духовних цінностей.

Великі ідеї, які творили історію і змінювали світогляд цілих народів, націй і континентів, завжди були виявом глибоких прагнень, воель певних одиниць, що несли ці ідеї. Такими романтиками були творці майбутніх світових релігій, пророки, аскети, сподвижники філософських концепцій та суспільно-політичних поглядів, науковці і митці. Саме тому, на нашу думку, вивчення творів поетів-романтиків має важливе значення у процесі формування та розвитку світогляду кожної особистості, що, у свою чергу сприяє активізації процесу духовного відродження національної культури, яка все більше останнім часом змінює політичне і громадянське життя народу, сприяє відродженню національної свідомості і самосвідомості, ствердженню національної гідності, ідентичності тощо. Людина для романтиків є найбільшою таємницею, поєднанням різнорідних начал, у протиборстві яких відбувається становлення і розвиток особистості. Романтики першими поглянули на людину крізь призму її прихованих бажань, мрій, прагнень та ідеалів.

У сучасному житті романтичні, високі почуття та погляди зводяться переважно до сфери міжособистісних стосунків між протилежними статями, а власне дефініція *романтизм* сприймається як те, чого неможливо досягти. Наразі образ романтика у більшості людей асоціюється з чоловіком, який виконує серенади під балконом коханої чи з «романтиком-невдахою» Дон Кіхотом, який боровся проти загрозливих вітряків. Але, попри такі помилкові судження, образ романтика залишається символом незламності, віри та наполегливості. Про іншу сторону розуміння цих почуттів мало хто говорить, мабуть, через те, що вони є складними для втілення. Наприклад, коли говорять про юнацький романтизм, мають на увазі схильність до ідеалістичного, підкреслено оптимістичного погляду на життя, а також активність життєвої позиції.

Загалом романтизм як літературний напрям досліджувався багатьма філософами, науковцями і має тривалу традицію, доречно буде згадати праці перших теоретиків романтизму А. і Ф. Шлегелів, В. Вордсворта, В. Гюго й ін. та сучасних – Д. Наливайко, І. Лімборський, О. Ніколенко, П. Приходько, Ю. Шевельов, К. Шахова, О. Ясь та ін.

Метою нашого дослідження є з'ясування основних рис романтизму німецького письменника Е. Т. А. Гофмана на матеріалі його творів.

Дотримання певних принципів і правил, моральної та духовної стійкості, втримання від спокусу, героїзму – це ті якості, які не сприймаються масами, вони підвладні тільки окремому типу людей, одиницям-романтикам. Особистість у творах романтиків розвивається й усвідомлює себе у конфлікті як і з Богом, так і з суспільством, і з самою собою. Герой романтизму протестує проти суспільних умов, що обмежують його свободу, він – бунтар, революціонер або розбійник. Його душа, як правило, роздвоєна між світом реальності і світом мрій, а його доля найчастіше трагічна [1, 4, 5, 6].

Середину XVIII – кінець XIX століття дослідники визначають як золотий вік романтизму. Саме тоді німецька література стала найвпливовішою літературою світу завдяки багатьом письменникам і поетам, серед яких яскравою зіркою ясніє ім'я Ернста Теодора Амадея Гофмана [2]. Гофман не був зачинателем романтизму. Перші романтики прийшли в літературу задовго до нього, проте нікому не вдалося так талановито відтворити ідеї цієї літературної течії. Гофман не тільки сприйняв романтизм, а й поглибив його, надав йому найбільш прогресивного спрямування, адже лише у Гофмана можна побачити сплав чудес із зримою дійсністю. У багатьох творах письменника герої або одночасно живуть у двох світах (у реальному і казковому), або постійно кочують із одного в інший. Навіть тих персонажів, які, здавалося б, обома ногами стоять на землі, фантастичний вітер переносить у казковий світ. Казки Гофмана («Крихітка Цахес», «Золотий горінець» та ін.) не схожі ні на народні казки, ні на казки інших авторів. Під пером цього талановитого письменника буденне життя перетворюється на фантастичний світ людських почуттів, мрій, устремлінь. Тільки на перший погляд здається, що дія у творах Гофмана відбувається, як це буває у казці. Насправді все, про що він писав, несе на собі відбиток того тривожного часу, свідком якого був письменник.

Світ Гофмана – це особливий художній світ, створений могутньою фантазією автора, де завжди в центрі уваги письменника протистояння двох світів – романтичного й буденного, ілюзорного й реального. Герої Гофмана теж поділяються на два табори: «філістери» й «ентузіасты» [2]. «Філістерів» більшість, вони цілком задоволені життям і реальністю, не знають ніяких високих поривань. Вони володарі й мешканці світу реального, де цінуються життєві блага, а все інше нічого не важить. «Філістерам» Гофман протиставляє «ентузіастів». Вони живуть в іншому вимірі, світ їх набагато ширший, складніший і прекрасніший. Над ними не мають влади ті життєві блага, що хвилюють «філістерів». Глибока духовність і щире відчуття краси – ось їхні визначальні риси. Але справжніми «ентузіастами» їх робить те, що вони стають на захист духовності, борються проти обмеженості сприйняття світу філістерами й самі створюють красу. Ентузіасты – це завжди митці, принаймні у своєму ставленні до краси й мистецтва [2].

Гофман уважав, що драматизм або навіть трагедія життя полягає в тому, що «філістери» беруть гору над «ентузіастами» в реальному світі, залишаючи останнім лише світ уявний, фантастичний. Але ірреальне втрачає у Гофмана самодостатність, бо ілюзія, що можна підмінити дійсність фантастичним світом, у його творах руйнується. Гофманівський герой розуміє, що не можна сховатися від буденності в мріях. Як засіб руйнування ілюзій Гофман обирає іронію – прийом, який часто застосовували романтики. Однак іронія Гофмана ніби змінює свій напрям: герой іронічно сприймає світ і намагається вирватися з його тенет, але автор у свою чергу іронізує над героєм, розуміючи марність намагань героя вирішити реальні суперечності життя [3].

Вивчаючи твори Гофмана, можна дійти висновку, що в них наскрізно звучить теза автора: чудо може статися з кожним, треба тільки вірити в нього, бути достойним його, коли воно станеться. Автор примушує героїв сумніватися в реальності свого життя і світу, у якому вони живуть. Письменник ніби спеціально заплутує героїв, намагаючись завести на манівці і їх, і читача. Під пером Гофмана романтизм перемішується з іронією і набуває критичного, сатиричного забарвлення.

Отже, підсумовуючи вищезазначене, можемо стверджувати, що романтизм виступає як одне з найцікавіших, а також чи не найскладніших явищ в історії духовної культури людства. Появу романтизму більшість дослідників називають романтичною революцією в художній

культури. Романтики докорінно змінили ставлення до навколишнього світу, до мистецтва, до творця та його ролі в суспільстві, а головне те, що вони висунули принципово новий погляд на особистість та її проблеми. Вони відмовились від уявлення про незмінні якості і постійну залежність людини від Бога та суспільних обставин, побачили в ній безмежність проявів внутрішнього світу, небачені можливості для самовдосконалення й саморозвитку, і завдяки цьому – одухотворення дійсності.

Список використаної літератури:

1. Ніколенко О. М. Романтизм у поезії Г. Гейне / Дж. Г. Байрон, А. Міцкевич, Г. Лонгфелло : посібник для вчителів / О. М. Ніколенко. – Х. : Веста, 2003. – 176 с.
2. Дмитриев А. С. История зарубежной литературы XIX века / Дмитриев А. С. – М. : Высшая школа, 1991. – 637 с.
3. Німецький романтизм. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://pidruchniki.com/12380607> (дата звернення 05.03.2019).
4. Овсянников М. Ф. Эстетическая концепция Шеллинга и немецкий романтизм // Шеллинг Ф. В. Философия искусства / М. Ф. Овсянников. – М. : Мысль, 1966. – С. 19 – 43.
5. Day A. Romanticism / Aidan Day. – London : Routledge, 1996. – 217 p.
6. Izenberg G. N. Impossible individuality : romanticism, revolution, and the origins of modern selfhood, 1787 – 1802 / Gerald N. Izenberg. – Princeton, N.J. ; Oxford : Princeton University Press, 1992. – 356 p.

Науковий керівник: к. пед. н., доцент Кретьова О. І.

А. Труба

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ІСТОРИЧНА ПАМ'ЯТЬ ЯК РЕАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ У ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

На сучасному етапі пошуку нового історичного мислення важливу роль відіграє історична пам'ять. Звертаючись до минулого за досвідом, письменники все частіше відчують потребу його переосмислити з метою конструювання теперішнього та майбутнього. Відтак, політика пам'яті завжди спрямована на створення синтезу теперішнього з минулим [1, 143; 3; 5]. Феномену історичної пам'яті присвячений значний корпус наукових праць як в соціологічному, так і в літературознавчому дискурсах [2, 6, 8], проте зв'язок історичної пам'яті з формуванням національної ідентичності у художній літературі залишається поза увагою дослідників. Мета цієї розвідки полягає у визначенні ролі історичної пам'яті у процесі формування національної ідентичності у художній літературі.

На думку дослідниці Н.Яковенко, історична пам'ять є фундаментом національної ідентичності, при цьому історична пам'ять нації постійно змінюється, відтак кожна нова ситуація неминуче тягне за собою корекцію цієї пам'яті, а відповідно – національної ідентичності її носіїв [2]. Дослідник М.Козловець доводить, що історична пам'ять як невід'ємна складова ідентифікації особистості, соціальної групи чи нації є не лише сумою знань, а постає потужним джерелом ретрансляції історичного досвіду [3]. Концепт історична пам'ять постає як похідний від таких попередніх концептів-означень як колективна, соціальна та культурна пам'ять. На думку Л.Репіної, це сукупність наукових знань та масових уявлень соціуму про спільне минуле, один з вимірів індивідуальної та колективної пам'яті, це пам'ять про історичне минуле чи його символічна репрезентація. Типом історичної пам'яті виступає національна пам'ять [5, 49–62].

Сучасні письменники особливо прискіпливо вдивляються в минуле, а механізми пам'яті стають одним із найважливіших предметів зображення у їхніх творах [4; 7]. У творчості канадського письменника Дугласа Коупленда спостерігається фокус на переосмисленні історії та історичного минулого наприкінці ХХ століття. Так, персонажі його першого роману «Покоління Ікс» переповідають чимало історій, зібравшись у пустелі. У їхніх історіях на перший план виходять саме дати певних історичних подій. Персонажі прагнуть переглянути

травмуючу подію з метою створення нової версії минулого, яка б відображала їх індивідуальну й національну ідентичність. Особливістю таких оповідей про минуле є зміщення уваги на «периферійні події та агенти», тобто надання слова суб'єктам історії, раніше позбавлених його. Голос тих, хто довгий час мовчав, про події, які залишалися поза увагою, свідчить про прагнення персонажів заявити про себе та усвідомити власну сутність, іншими словами, ствердити індивідуальну та національну ідентичність.

Таким чином, сучасна художня література стає тлом формування національної ідентичності через особливе зображення історичних подій та переосмислення персонажами історичного минулого. Історична пам'ять зазнає певної трансформації у свідомості персонажів, даючи їм можливість включити до історії ті факти і події, які довгий час були забуті, та перемістити їх з периферії до центру.

Література:

1. Грінченко. Г. Г. Схід/ Захід. Випуск 13–14. Спеціальне видання [1]
2. Готра О. Б. *Intermagum*// історія, політика, культура. – 2015. № 15. – С. 143.
3. Яковенко Н.М. Нова доба – нові підручники. Про потребу дискусії над підручниками з історії України // <http://www.novadoba.org.ua/data/metod/yakovenko.rtf>.
4. Козловець М. А. Феномен національної ідентичності: виклики глобалізації: Монографія. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І.Франка, 2009. – 558 с.
5. Масненко В. В. Історична пам'ять як основа формування національної свідомості // Український історичний журнал. – 2002. – № 5. – С. 49–62
6. Репина Л. П. Память и историописание //История и память: историческая культура Европы до начала нового времени / Ред. Л. П. Репина. - М.: Кругъ, 2006.-С. 19-46.
7. Ковтун Н. М. Історична пам'ять у контексті становлення національної ідентичності зб. матеріалів / за заг. ред. Сауха П. Ю.– Житомир: Видавничий центр ЖДУ імені Івана Франка, 2011. – С. 133-135.
8. Готра О. Б. *Intermagum*// історія, політика, культура. – 2015. № 15. – С. 151.

Науковий керівник: к. філол. н., доцент Заїковська О. М.

Наукове видання

**Актуальні проблеми природничих і гуманітарних наук
у дослідженнях молодих учених
«Родзинка – 2019»**

XXI Всеукраїнська наукова конференція молодих учених

Серія: «Юридичні науки. Інтелектуальна власність. Державне управління і соціально-політичні науки. Економіка, підприємництво, туризм, менеджмент»

Серія: «Філологічні науки. Соціальні комунікації»

ГОЛОВА ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ: ректор Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького, д.е.н., проф. **Черевко Олександр Володимирович.**

ЧЛЕНИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО КОМІТЕТУ: проректор з наукової, інноваційної та міжнародної діяльності проф. **Корновенко С. В.** (заступник Голови оргкомітету), доц. **Зачосова Н. В.**, доц. **Зорочкіна Т. С.**, доц. **Дідук В. А.**, доц. **Волошкевич Г. А.**, доц. **Денисенко В. С.**, доц. **Корновенко Л. В.**, доц. **Пакушина Л. З.**, доц. **Ральченко С.А.**, доц. **Рибалка Н. В.**, доц. **Супрунович В. О.**, доц. **Татарчук Є. В.**, доц. **Щербина Т. В.**, н.с. **Карауш-Кармазін Н. М.**, ст. викл. **Абразумова О. М.**, ст. викл. **Коваленко О. А.**, ст. викл. **Корецька М.В.**, викл. **Ілюха О. В.**, викл. **Касян А. І.**, викл. **Нечипоренко Д. Л.**, викл. **Кабіна Ю. Г.**, викл. **Кожемяко Т.В.**, викл. **Магдич О.В.**, асп. **Куценко Д. М.**

Комп'ютерний набір та верстка:
Волошкевич Г.А., Денисенко В. С.,
Зачосова Н. В., Корновенко Л. В.,
Кабіна Ю. Г., Корецька М. В., Куценко Д. М., Рибалка Н. В.

Підписано до друку 29.03.2019 р.

Формат 60×84/32. Папір офсет. Друк офсет. Гарнітура Times New Roman.

Умовн. друк. арк. 48,3. **Обл. вид. арк. 31,0.**
Замовлення No . Тираж 300 прим.