

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ  
«НАУКА ТА ОСВІТА БЕЗ КОРДОНІВ»

*XV Міжнародна науково-практична  
інтернет-конференція*

**«РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ НАУКИ:  
ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА, ІННОВАЦІЇ»**

Тези доповідей

Частина 2

29 березня 2019 р.



Дніпро

2019

**УДК 0.82**

**ББК 94.3**

Розвиток сучасної науки: теорія, практика, інновації: XV Міжнародна науково-практична інтернет-конференція: тези доповідей, Дніпро, 29 березня 2019 р. – Ч. 2. – Дніпро: ГО «НОК», 2019 – 56 с.

У збірнику містяться матеріали, подані на XV міжнародну науково-практичну інтернет-конференцію «Розвиток сучасної науки: теорія, практика, інновації». Для науковців, аспірантів, здобувачів, викладачів та студентів вітчизняних та зарубіжних вищих навчальних закладів та науково-дослідних установ.

Оргкомітет інтернет-конференції не несе відповідальності за матеріали опубліковані в збірнику. У збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Всі матеріали надані в авторській редакції та виражають персональну позицію учасника конференції. Повну відповідальність за достовірну інформацію несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерела є обов'язковим.

## ЗМІСТ

### ФІЛОСОФСЬКІ НАУКИ

|                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Гречуха Л. О.</b> Художній переклад: головні засади.....                                              | 4  |
| <b>Раймер В. В.</b> Поняття «культуротворчість»: дискусійний наратив.....                                | 7  |
| <b>Тимофеева Л. В., Сынах А. А.</b> Проблема виникнення Всесенної<br>и её философские интерпретации..... | 11 |

### ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

|                                                                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Артеменко А. І.</b> Перепитування як експресивний засіб в мовленні...                                     | 16 |
| <b>Білоніжка І. С.</b> Роль помилок у вивченні іноземної мови.....                                           | 19 |
| <b>Волкова С. Г.</b> Особливості стилю та перекладу ділових паперів з<br>англійської мови на українську..... | 22 |
| <b>Григор'єва В. В.</b> Типологія інтермедіальності у сучасному<br>літературознавстві.....                   | 25 |
| <b>Лещенко Г. В., Макаренко Ю. Г.</b> Інформаційний простір тексту:<br>принцип віддзеркалення.....           | 29 |
| <b>Narodovska O. M.</b> Defining metaimage in stylistic lexicology.....                                      | 32 |
| <b>Новосад Ю. І., Панченко В. В.</b> Міжкультурна комунікація і<br>переклад.....                             | 35 |
| <b>Стєшина А. І.</b> Класифікація молодіжного сленгу.....                                                    | 38 |

### ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

|                                                                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Гричук Н. Г., Чаплінський Ю. Б.</b> Неймінг в ресторанному<br>господарстві.....                                                                | 42 |
| <b>Микитюк І. С., Шевченко С. О.</b> Реформування бухгалтерського<br>обліку та фінансової звітності в органах казначейства.....                   | 45 |
| <b>Шабатура Т. С.</b> Тенденції впровадження принципів соціальної<br>відповідальності в економічний розвиток агропродовольчих<br>підприємств..... | 50 |

## ФІЛОСОФСЬКІ НАУКИ

### ХУДОЖНІЙ ПЕРЕКЛАД: ГОЛОВНІ ЗАСАДИ

*Гречуха Л. О.,*

*кандидат філологічних наук, доцент,*

*доцент кафедри прикладної лінгвістики*

*Черкаський державний технологічний університет*

*м. Черкаси, Україна*

Художній переклад вважається одним із найскладніших видів перекладу. Його не можна порівняти з діловим перекладом, коли офіційні фрази повинні передати інформацію, яку очікують. Він не схожий на синхронний переклад, де важливе швидке реагування і точне формулювання думки. Художній переклад відрізняється від технічного тим, що останній повинен передавати не лише буквальний зміст тексту, але й його підтекст. Художній переклад із будь-якої мови повинен бути виконаний так, щоб атмосфера сюжету, стиль автора збереглися повною мірою.

Художній переклад прози чи поезії – це мистецтво, творчість. Художній переклад повинен зберігати атмосферу сюжету, стиль автора. Саме тому основна мета художнього перекладу – збереження першостилю. [2, с. 79] Першостиль, індивідуальний стиль, іншими словами, – система змістовних і формальних лінгвістичних характеристик, властивих творам певного автора, яка робить унікальним втілений у цих творах авторський спосіб мовного вираження. Вірна передача ідіостилю автора з мови оригіналу на мову перекладу й викликає низку проблем, з якими стикаються перекладачі художніх текстів. Отже, проблема художнього перекладу – співвідношення того, що хотів

розповісти читачу автор і того, що передав перекладач. Відтак, художній переклад обумовлений не лише об'єктивними факторами, але й суб'єктивними. Художній переклад не припускає дослівності. Саме тому, щоб твір отримав «життя» в новому мовному середовищі, перекладач повинен прийняти на себе функції автора і відтворити творчий процес його створення та заповнити новими асоціаціями, які викликали б нові образи, властиві даній мові, даному суспільству.

На сьогодні, художній переклад й досі викликає безліч суперечок у середовищі учених та перекладачів. Частина дослідників дотримується думки, що найкращі переклади з'являються не тоді, коли перекладач наслідує синтаксичні й лексичні відповідності мови-оригіналу, а коли займається своєрідним творчим дослідженням. У такий спосіб виходить відтворення тексту іншою мовою [4, с. 139]. Деякі ж схиляються до думки, що неможливо зберегти структуру тексту, відходячи в перекладі від оригіналу настільки сильно, як це роблять перекладачі художніх творів. Особливо часто такі суперечки точаться навколо поезії. Крім того, варто вказати й на той факт, що у художніх творах відображається культура тієї країни, де живе їх автор. І тому перекладачі, які погано знайомі з цими особливостями менталітету й культури, ніколи не зможуть передати дух оригіналу твору. Тому, як результат, до спеціалістів, що працюють у цій сфері, ставляться жорсткі вимоги.

Спеціаліст із художнього перекладу, поза всяких сумнівів, повинен бути близько знайомий з культурою та менталітетом носіїв мови. В іншому випадку від читачів вислизне не лише авторський задум, але й його світогляд, стиль та особливості мови. Крім того, перекладач, що займається художнім перекладом, повинен досконало володіти й рідною мовою, бути справжнім майстром слова [3, с. 42]. Перекладач художніх текстів повинен бути в якійсь мірі дослідником. Важко перекладати текст іншої епохи, іншої культури, якщо ви не знайомі з її особливостями.

Важливо й те, що сприйняття читачем твору значною мірою залежить від підтексту, національної культури та від інших факторів, тому професіонал завжди повинен мати це на увазі. Більше того, перш ніж розпочати роботу над перекладом, він має приділити чимало часу осмисленню тексту-оригіналу. Письменник-перекладач повинен не лише блискуче знати мову твору-оригіналу, але й «товаришувати» з її фразеологією, ідіомами, засобами художньої виразності, вміти відчувати гру слів [1, с. 46]. Після цього в хід вступають професійні «письменницькі» навички: хороший стиль, вміння грамотно і цікаво писати рідною мовою, фантазія, життєвий досвід, мистецтво інтерпретації.

Особливості аналізу художнього перекладу – одна з малодосліджених питань вітчизняного літературознавства. Вивчення свосередних рис перекладацької майстерності дає цінний матеріал для усвідомлення закономірностей становлення стилю письменника, жанрових і стильових модифікацій у творчості поетів, прозаїків та драматургів. А з'ясування особливостей перекладу того чи іншого літературного твору дає широкий матеріал для узагальнення не тільки перекладацьких стратегій, але й можливих етапів аналізу художнього перекладу.

#### Література:

1. Казакова Т. А. Художественный перевод. Теория и практика. – М.: Инъязиздат, 2006. – 544 с.
2. Комиссаров В. К. Теория перевода. – Москва: Высшая школа, 1990 г. – 253 с.
3. Лотман Ю. М. Структура художественного текста. – М.: Искусство, 1970. – 384 с.
4. Попович А. Проблемы художественного перевода. – М.: БГК Им. И. А. Бодуэна Де Куртенэ, 2000. – 198 с.

## ПОНЯТТЯ «КУЛЬТУРОТВОРЧІСТЬ»: ДИСКУСІЙНИЙ НАРАТИВ

*Раймер В. В.,*

*старший викладач кафедри соціально-гуманітарних дисциплін*

*Бердянський університет менеджменту і бізнесу*

*м. Бердянськ, Україна*

Розгляд поняття «культуротворчість» у різних типах дискурсу, на превеликий жаль, часто об'єктивно залежить від персональної авторської позиції того чи іншого дослідника та аналітичних традицій, що склалися в межах певних наукових шкіл і напрямів, а не від головної проблеми філософії культури – визначення поняття «культура». Також невизначеним залишається статус «культуротворчості»: чи вона є самостійним («культуротворчим») буттям, чи процесом, а чи взагалі є безпосередньо культурним феноменом. Головним питанням відповідності вживання поняття «культуротворчість» в україномовній науковій літературі є те, що кожний його відповідник запозичений з різних авторських концепцій, а саме В. Леонтьєвої, О. Жорнової та В. Федя [1]. Зазначимо, що всі вони виходять зі спільного розуміння культури як ціннісно-смыслового універсуму, та все ж між ними існує певна різниця використаних авторами підходів до тлумачення поняття «культуротворчості», що фактично ставить питання про їх відповідність одне одому та доведення логічної необхідності їх кількісного існування.

Власне, найпершою авторкою, яка фундаментально дослідила наукове питання культуротворчості була проф. В.Леонтьєва [2]. Саме вона, у межах парадигми «афірмо» (ствердження), запропонувала класичне на сьогодні визначення «культуротворчості» як «процесуального буття ціннісно-смыслового універсуму в культурних формах». Згідно з її висновками слова «культуротворчість» і

«культуротворення» є синонімами, але виключно в контексті екзистенційно-антропологічних засад афірмативної парадигми (ствердження культури через афективні стани особистості, зокрема такі як свобода, страх, лінощі, закоханість та саморозвиток). Леонтєва розглянула «культуротворчість» у її перманентному ствердженні через концепт активно-творчої особистості, зокрема наводячи приклад застосування та адаптування власної авторської концепції а педагогічній діяльності. Саме останнє й висмикнуло поняття «культуротворчість» з культурфілософії та культуртеорії, перетворивши його на просте слово в контекстах загальної гуманітарної та педагогічної проблематики. Основним невирішеним питанням концепції В. Леонтєвої стало фактичне зведення поняття «культура» до поняття «культуротворчість», що від початку є помилковим [3]. «Культура» є дискурсивною формацією, то ж не може бути зведена до «культуротворчості», як результату зовнішніх та внутрішніх, об'єктивних та суб'єктивних, природних та власне культурних, індивідуальних та суспільних обставин, зміни яких трансформують культурний досвід людини.

Другою фундаментальною працею з проблеми «культуротворчості» стали дослідження проф. О. Жорнової, яка розглянула це поняття в контексті педагогічної діяльності, зокрема як самостійну «культуротворчу парадигму в освіті» [1]. Використовуючи визначення запропоноване проф. Леонтєвою, Жорнова фактично обґрунтувала його вживання відносно до педагогічної теорії «культуровідповідності освіти», запропонованої А. Дистервегом, тобто сприйняття та трансляцію вихованцем культурних норм (зокрема моралі), характерних для певного типу суспільства до якого він сам безпосередньо належить. Така зв'язка дала змогу довести Жорновій тезу про можливість формування «культуротворчості» у студентів як однієї з якостей майбутнього педагога. Такий підхід до аналізу й розуміння



«культуротворчості» призвів до ототожнення ствердження культури з естетичним актом, або «культуротворенням» [3]. Примітивна естетизація «культуротворчості» та її зведення виключно до творчої дії є звичним поглядом педагогіки на цю складну культурфілософську проблему, але нажаль така абсолютизація формує не багатомірний філософський, а жорсткий педагогічний дискурс, тим самим виключаючи тему дослідження з кола філософських проблем.

Третьою фундаментальною працею з питання «культуротворчості» слугують наукові пошуки проф. В. Федя, який розглянув культуротворчий процес як категорію культури та самостійне буття. Його теорія «культуротворчого буття» [1] у загальних визначеннях спирається на традицію закладену Леонтєвою та звично розглядає культуротворчий процес у його перманентному ствердженні. Але і ця теорія є неповною та суперечливою у своїх основах. Зокрема розгляд «культуротворчості» як філософської категорії, першочергово, ставить питання про невизначеність типу дискурсу, що використовується при такому її аналізі. Федь розглядає «категорію культуротворчості» у загально філософському розумінні поняття «категорії», оминаючи вагомі дискурси культурфілософії та теорії культури. Бачення «культуротворчості» як категорії це її «бачення взагалі», що власне перекликається з педагогічною концепцією проф. Жорнової. По-друге, опис «культуротворчості» як філософської категорії унеможливлений ще й тим, що «культуротворчість», як така, дана нам явищем, а відтак природа її розуміння буде радше феноменологічною, аніж категоріальною. Поряд із цим, одночасно з описом категорії «культуротворчість», Федь намагається обґрунтувати й положення про «культуротворче буття». За своїми основами воно спирається на «діалогові» концепції М. Бахтіна та В. Біблера, покладаючи своїм фундаментом активного творчого суб'єкта. Останнє взагалі не виходить

за концептуальне поле визначене Леонтьєвою, замикаючи «культуротворчість» в зазначеному вище жорсткому екзистенційно-антропологічному дискурсі. Перманентне культурне ствердження («культуротворче буття») може існувати виключно гіпотетично й на сьогодні є емпірично неосяжним та об'єктивно неможливим, що підтверджується відсутністю прикладів такого буття у культурних формах і типах [3]. Буття як таке – це цілісна конструкція, а наявність «культуротворчого буття» є прикладом структурних елементів цілісного буття («ціннісно-сислового універсуму» за В. Леонтьєвою), або просто прикладом його дроблення в онтологічній науковій традиції. Але розгляд «культуротворчості» в онтологічному плані є класичним культурологічним дискурсом, що спирається на суб'єкта, субстрат, предмети і речі об'єктивного буття, тобто, «культури» в її найзагальнішому розумінні, що характерно для «холічної» (І. Цехмістро) «тоталогічної» (В. Кизима) та «цивілізаційної» (Ю. Богуцький) концепції [1]. «Культуротворче буття» є лише одним з багатьох феноменів «цілісного буття», а відтак будь-яка абсолютизація цього чи якогось іншого елементу буття до ступеню його сприйняття «буттям взагалі», нажаль, є помилковим.

Фактично для україномовної наукової літератури поняття «культуротворчість», «культуротворення» та «культуротворче буття» є тотожними, адже належать до парадигми культурного ствердження, запропонованої проф. В. Леонтьєвою. Позитивом такої ситуації є певна сталість визначення поняття «культуротворчість» в україномовній науковій традиції, як «процесуальне буття ціннісно-сислового універсуму в культурних формах», але з іншого боку наведене визначення не передбачає цілого спектру культурних дій, що не можуть бути зведеними до «перманентного ствердження» тобто «творчості», зокрема

оперування культурним капіталом, запозиченнями, переносами, копіюваннями, архаїзацією тощо.

Література:

1. Балута В. В. Методологічні засади дослідження феномену культуро творчості. *Інтелект. Особистість. Цивілізація*. 2009. Вип. 7. С. 7-15.
2. Балута В. В. Трагування поняття «культуротворчість» в україномовній науковій традиції. *Придніпровські соціально-гуманітарні читання* : зб. матеріалів ІІ Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Бердянськ, 16 травня 2013 р.): у 2-х ч. Донецьк, 2013. Ч. 2. С. 30-32.
3. Балута В. В., Голота Б. М. Діалектика випадкового та необхідного в історико-культурному процесі. *Гілея*. 2009. Вип. 26. С. 299-304.

**ПРОБЛЕМА ВОЗНИКНОВЕННЯ ВСЕЛЕННОЙ И ЕЕ  
ФИЛОСОФСКИЕ ИНТЕРПРЕТАЦИИ**

***Тимофеева Л. В.,***

*студентка факультета электроники  
и информационных технологий  
Сумской государственной университет  
г. Сумы, Украина*

***Сынах А. А.,***

*кандидат философских наук,  
доцент кафедры философии  
Сумской государственной университет  
г. Сумы, Украина*

Проблема возникновения Вселенной одна из тех, чья актуальность лишь возрастает со временем. Попытки досократиков найти архэ, атомистические системы Демокрита и Эпикура напоминают сегодняшние (уже не только умозрительные) эксперименты с адронным коллайдером и нейтрино. Вскарабкавшись на плечи древнегреческих гигантов, современные физики все с тем же пристальным любопытством и упорством всматриваются в звездное небо, падая по пути в метафизические канавы и рвы, натываясь на непонимание и улюлюканье невежд. Безусловно, в условиях современной техногенной цивилизации, в реалиях ядерного противостояния атомистические поиски обрастают новыми смыслами и целями. Но потребность найти первопричину существования Вселенной остается главной движущей силой, отправной точкой, ведь любое событие в ней объясняют, указывая его причину, т. е. другое событие, произошедшее раньше; подобное объяснение существования самой Вселенной возможно лишь в том случае, если у нее было начало. Другое основание выдвинул Блаженный Августин в книге «Град Божий». Он указал на то, что цивилизация прогрессирует, а мы помним, кто совершил то или иное деяние и кто что изобрел. Поэтому человечество, а значит, вероятно, и Вселенная, вряд ли очень долго существуют. Блаженный Августин считал приемлемой датой сотворения Вселенной, соответствующую книге «Бытия»: приблизительно 5000 год до нашей эры [1, с. 153].

Примечательно, что со времен античности до сегодняшнего дня противостояние современной науки и религии в вопросах первопричины мироздания сохранилось. Более того, в своих краеугольных точках оно мало в чем изменилось. К примеру, Аристотелю, как и большинству греков не нравилась сама идея сотворения мира, так как она предусматривала божественное вмешательство. Поэтому ученые древности полагали, что люди и Вселенная существовали и будут

существовать вечно. Доводы относительно потопов и прочих катаклизмов лишь усилили веру в прогресс цивилизации, ведь они всякий раз возвращали человечество к исходной точке.

Вопросы о том, возникла ли Вселенная в какой-то начальный момент времени и ограничена ли она в пространстве, позднее весьма пристально рассматривал философ Иммануил Кант в своем монументальном труде «Критика чистого разума», который был издан в 1781 г. Он назвал эти вопросы антиномиями (т. е. противоречиями) чистого разума, так как видел, что в равной мере нельзя ни доказать, ни опровергнуть ни тезис о необходимости начала Вселенной, ни антитезис о ее вечном существовании. Тезис Кант аргументировал тем, что если бы у Вселенной не было начала, то всякому событию предшествовал бы бесконечный период времени, а это Кант считал абсурдом. В поддержку антитезиса Кант говорил, что если бы Вселенная имела начало, то ему предшествовал бы бесконечный период времени, а тогда спрашивается, почему Вселенная вдруг возникла в тот, а не другой момент времени? На самом деле аргументы Канта фактически одинаковы и для тезиса, и для антитезиса. Он исходит из молчаливого предположения, что время бесконечно в прошлом независимо от того, существовала или не существовала вечно Вселенная. Далее он приходит к выводу, что до возникновения Вселенной понятие времени лишено смысла.

Когда большинство людей верило в статическую и неизменную Вселенную, вопрос о том, имела она начало или нет, относился, в сущности, к области метафизики и теологии. Все наблюдаемые явления можно было объяснить как с помощью теории, в которой Вселенная существует вечно, так и с помощью теории, согласно которой Вселенную сотворили в какой-то определенный момент времени таким образом, чтобы все выглядело, как если бы она существовала вечно. Но в 1929 г. Эдвин Хаббл сделал эпохальное открытие: оказалось, что в какой бы

части неба ни вести наблюдения, все далекие галактики быстро удаляются от нас. Иными словами, Вселенная расширяется. Это означает, что в более ранние времена все объекты были ближе друг к другу, чем сейчас. Значит, было, по-видимому, время, около десяти или двадцати тысяч миллионов лет назад, когда они все находились в одном месте, так что плотность Вселенной была бесконечно большой. Сделанное Хабблом открытие перевело вопрос о том, как возникла Вселенная, в область компетенции науки.

Наблюдения Хаббла говорили о том, что было время – так называемый большой взрыв, когда Вселенная была бесконечно малой и бесконечно плотной. При таких условиях все законы науки теряют смысл и не позволяют предсказывать будущее. Если в еще более ранние времена и происходили какие-либо события, они все равно никак не смогли бы повлиять на то, что происходит сейчас. Из-за отсутствия же наблюдаемых следствий ими можно просто пренебречь. Большой взрыв можно считать началом отсчета времени в том смысле, что более ранние времена были бы просто не определены. Начало времени в неизменяющейся Вселенной есть нечто, что должно определяться чем-то, существующим вне Вселенной; для начала Вселенной нет физической необходимости. Сотворение Богом Вселенной можно в своем представлении относить к любому моменту времени в прошлом. Если же Вселенная расширяется, то могут существовать физические причины для того, чтобы она имела начало. Можно по-прежнему представлять себе, что именно Бог создал Вселенную – в момент большого взрыва или даже позднее (но так, как если бы произошел большой взрыв). Однако было бы абсурдно утверждать, что Вселенная возникла раньше большого взрыва. Представление о расширяющейся Вселенной не исключает создателя, но налагает ограничения на возможную дату его трудов [2, с. 108]!

Поскольку частных теорий вполне достаточно, чтобы делать

точные предсказания во всех ситуациях, кроме самых экстремальных, поиск окончательной теории Вселенной не отвечает требованиям практической целесообразности. Таким образом, открытие полной единой теории, может быть, не будет способствовать выживанию и даже никак не повлияет на течение нашей жизни. Но уже на заре цивилизации людям не нравились необъяснимые и не связанные между собой события, и они страстно желали понять тот порядок, который лежит в основе нашего мира [3, с. 28].

Желание постигнуть тайны мироздания, разгадать первопричину сущего, найти тот заветный первый толчок, «старт» жизни – это заостренная проблема самопознания, ведь еще древние греки утверждали: «Познай себя, и ты узнаешь миры и богов». И для того, чтобы двигаться дальше, продолжить развитие и прийти к какой-то конечной цели, так важно знать, с чего все начиналось. Как минимум уже это может служить стимулом для продолжения поисков...

#### Литература:

1. Воронцов-Вельяминов Б. А. Очерки о Вселенной. М.: Наука, 1976. – 720 с.
2. Школовский И. С. Вселенная. Жизнь. Разум. – М.: Наука, 1976. – 284 с.
3. Хокинг С. Краткая история времени: от Большого взрыва до черных дыр / Пер. с англ. Н. Я. Смородинской. – СПб.: Амфора, 2001. – 268 с.

## ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

### ПЕРЕПИТУВАННЯ ЯК ЕКСПРЕСИВНИЙ ЗАСІБ В МОВЛЕННІ

*Артеменко А. І.,*

*старший викладач кафедри іноземних мов*

*Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана*

*м. Київ. Україна*

Мовлення – це багатогранний комунікативний процес, який не має меж у своєму вдосконаленні. Доцільно аналізувати його не лише з урахуванням граматичних елементів, але і прагматичних. Дуже актуальним є вживання перепитувань в діалогічному мовленні з врахуванням їх експресивних характеристик.

Прояв прагматичних властивостей перепитувань виражається експресивним потенціалом повторення питальних, стверджувальних чи нестверджувальних речень із інтенсивністю експресивності [1, с. 177].

Перепитування також є засобом підсилення ознаки якості в емоціональних конструкціях як односкладових так і повно складних речень, їхня функція – не вираження питального значення, а підсилення емоціонального значення [2, с. 31].

Експресивна функція перепитувань полягає в тому, щоб виразити хід думки, її послідовність в тісному поєднанні з емоціональністю [3].

Експресивні перепитування, будучи одиницею мовленнєвої комунікації, характеризуються предикативністю і реалізуються в певних прагматичних моделях [2, с. 29].

Зазначимо, що в мовленні прагматичні моделі розширення прагматики репліки, а саме перепитування, спрямовані на оптимізацію



мовленнєвої взаємодії та вживання з метою досягнення емоційної інтенції [4].

Мета дослідження – аналіз перепитувань в мовленні з врахуванням їх експресивних характеристик, що дає можливість більш глибоко впливати на емоції мовця.

Цей діалог:

Nina. (...) Yes! My lover! (Then suddenly persisting and pushing him away). No! You've forgetting Sam – and Sam's baby!

Darrel. (staring at her wildly) *Sam's baby?* Are you joking? Ours, you mean! We'll take him with us, of course!

Nina. (sadly). *And Sam?* [O'Neil: 386]

показує, що роль експресивних значень перепитувань із врахуванням емоційного стану мовців неоднакова і це слід брати до уваги при визначенні характеру емоційних значень [2, с. 31], де перепитування *Sam's baby?* в другій репліці діалогу показує здивування, а перепитування в третій репліці діалогу *And Sam?* передає такий емоційний стан мовця як сум.

Те чи інше конкретне експресивне значення може обумовлюватись семантикою елементів структури, характером дистрибуції в контексті, чи характером самого контексту.

Використання експресивних перепитувань у мовленні визначається експресивно-стилістичними ознаками - бажанням досягнути емоційного впливу на слухача [2, с. 31].

В наступному діалозі:

Albertine. I suppose it was hard on child, a young girl, not to have her mother available during the day. But perhaps it was just as well ...What time do you expect Lily and Julian?

Carrie. *Expect them? Expect them?* We haven't heard for seventeen days – Albertine. Lily left a message that they'd be here tonight. We've had no word, Mrs. Prine. [Gassner: 221]

дублювання перепитування *Expect them?* підсилює емоційну значущість мовлення мовця.

Важливу роль експресивному мовленні відіграє безпосередній контакт мовців, внаслідок чого може відбуватися пропуск у висловлюваннях багатьох мовленнєвих елементів, які впливають з контексту ситуації. Перепитування можуть повторювати як окремі елементи репліки, так і її повністю.

В діалозі:

Will. *She was having fun playing poker and all.*

Gant. *She was?*

Will. You saw her [Henley: 88]

перепитування повторює два елементи попередньої репліки, тобто особовий займенник *she* і дієслово *was*, що допомагає посилити експресивну значущість перепитування.

Зазначимо, що використання перепитувань у мовленні супроводжується його експресивністю з прагматичним значенням, що дає можливість мовцям передавати свої внутрішні почуття з різними емоціями: позитивними та негативними. Особливою формою експресивних структур мовлення з вживанням перепитувань, є висловлювання з питальною інтонацією, але за структурою є стверджувальними реченнями.

Перспективою подальшого дослідження перепитувань як експресивного засобу в мовленні є розгляд їх прагматичних моделей із врахуванням мовців.

## Література:

1. Кравченко Н. Г. Афективне внутрішнє мовлення в німецькомовній художній прозі ХХ століття / Центр наукових досліджень та викладення іноземних мов НАН України. – 10.02.04. Київ, 2016. С. 177-178.
2. Кузенко Г. М. Експресивні лексико-граматичні моделі в мовленні / Г. М. Кузенко. – Режим доступу : [http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/10503/Kuzenko\\_Ekspressyvni\\_leksyko\\_hramatychni.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/10503/Kuzenko_Ekspressyvni_leksyko_hramatychni.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
3. Metts S. and Bowers J. (1994) «Emotion in interpersonal communication», in M. Knapp and G. Miller (eds), Handbook of Interpersonal Communication (2<sup>nd</sup> edn), Sage, Thousand Oaks.
4. Павленко Л. І. Ознаки діалогічного мовлення в публічних промовах (на матеріалі сучасної англійської мови) / Л. І. Павленко, О. О. Мангушева. – Режим доступу : <http://eprints.zu.edu.ua/1853/1/4.pdf>

## **РОЛЬ ПОМИЛОК У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ**

*Білоніжка І. С.,*

*викладач кафедри англійської мови гуманітарного спрямування № 3*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут*

*імені Ігоря Сікорського»*

*м. Київ, Україна*

Вивчення іноземної мови – це складний і довготривалий процес. Під час нього, як і в будь-якій іншій діяльності, природнім є те, людина робить помилки. Варто звернути увагу, що роль помилки є значною – вона може мотивувати учня вдосконалюватись або навпаки змусити

мовчати на занятті через страх неправильно використати слово, вжити не ту граматичну конструкцію тощо, тому роль учителя та викладача при виправленні помилок є надзвичайно важливою.

У нашій роботі ми хотіли б описати основні типи помилок, які виникають при вивченні іноземної мови, а також причини їх виникнення та дії викладача щодо їх виправлення.

У лінгвістиці прийнятий поділ на власне помилки та обмовки. Помилки виникають через те, що у студентів бракує знань, щоб висловити свою думку правильно (низький словниковий запас, проблеми із використанням граматичних правил). Зазвичай студентові складно виправити помилку, оскільки він не знає, що саме зробив не так, тому корекція та пояснення з боку викладача є необхідними у разі виникнення помилки. Обмовки зазвичай можуть бути виправлені студентом самостійно, після того, як на них вказав викладач або ж без підказки. Причинами виникнення обмовок можуть бути втома, хвилювання, відволікання, зовнішні фактори [2].

Вивчення помилок студентів показує поточні проблеми і допомагає нам спланувати роботу над помилками. Це може бути проведено у формі письмових завдань, наприклад, якщо багато студентів плутають простий минулий і минулий перфектний часи, викладач помічає це у роботі і розробляє вправу, яка допоможе усунути проблему. Аналіз помилок може вказувати на ті області мови, які потребують особливої уваги або додаткової практики. Він також може виявити методи навчання, які не працюють так добре, як могли б саме для цієї групи, або порядок подання матеріалу, який може потребувати коригування: можливо, студентам не вистачає того, що викладач пояснює їм усно, потрібно повторити інформацію ще раз, використати візуальні засоби навчання (відео, таблицю тощо).

Факторами, які впливають на виникнення помилок, є мовна інтерференція – мимовільне перенесення граматичних конструкцій та лексем з першої (рідної) мови, якою студенти вже володіють, а також помилки, що виникають у процесі вивчення іноземної мови.

Роль викладача при виправленні помилок перш за все полягатиме у застосуванні превентивних заходів: викладач повинен «занурити» студента в іноземне середовище, надаючи достатньо матеріалів для читання та аудіювання, які є складнішими за рівень володіння мовою, який має студент. Таким чином за допомогою контексту та рецептивних вправ студент зможе розширити свій словниковий запас та уникнути помилок у майбутньому. Викладачеві не варто очікувати від студентів миттєвого прогресу, оскільки оволодіння іноземною мовою – це поступовий процес, слід уміти розрізняти обмовки та помилки та інколи ігнорувати помилки, що не перешкоджають розумінню сказаного, оскільки це дозволить розвинути впевненість студентів [2]. Також викладач повинен надати зворотній зв'язок студентові, якщо виникла помилка, що перешкоджає розумінню, наприклад, у формі коментаря, оцінки чи надати можливість однокласникам виправити помилку або ж дозволити студенту оцінити свою роботу самостійно [1].

#### Література:

1. Harmer Jeremy. The practice of English Language teaching. Third edition / J. Harmer // Longman – 2001 – 386. – P.114-125.
2. Spratt Mary, Pulverness Alan, Williams Melanie. The TKT (Teaching Knowledge Test) Course/ Cambridge University Press, 2002. – 188 p.

## ОСОБЛИВОСТІ СТИЛЮ ТА ПЕРЕКЛАДУ ДІЛОВИХ ПАПЕРІВ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ НА УКРАЇНСЬКУ

*Волкова С. Г.,*

*викладач кафедри англійської мови*

*гуманітарного спрямування № 3*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут*

*імені Ігоря Сікорського»*

*м. Київ, Україна*

Сьогодні у світі розвинених технологій, переклад з однієї мови на іншу не становить проблему, для цього можна використати комп'ютерний переклад, але коли ми говоримо за правильний та художній переклад, то машина в цьому випадку не передає всі нюанси та відтінки, тому використовується авторський переклад, котрий продовжує бути актуальним також у діловій переписці та ділових паперах. Слід додати, що процес перекладу – це складний процес, що вимагає від перекладача брати до уваги багато чинників, а не заміна одних лексичних одиниць на інші.

Щодо сфери ділового листування, то вона являє собою дуже важливу складовою діяльності людства. Слід додати, що з допомогою ділового листування, юридичних паперів відбуваються контакти між підприємствами різної форми власності та державними установами, а також підтримуються стосунки на міждержавному рівні.

Багато науковців обрали темами для своїх досліджень саме сферу перекладу ділового листування, а саме А. Д. Швейцер [3], Я. І. Рецкер, Л. С. Бархударов [1], А. У. Федоров, Е. М. Басс та багато інших.

Зокрема, можна стверджувати, розширення та зникнення кордонів між державами та виникнення інтернету, вимагає від користувачів правильного розуміння та вживання форм ділової кореспонденції у найрізноманітніших сферах життя та діяльності людини. Однією з найголовніших вимог до такої форми є адекватність перекладу та його відповідність до оригіналу в один і той самий час, що є складним та разом з тим цікавим завданням для спеціаліста за перекладу. Оскільки ділове листування в Україні ведеться державною мовою, актуальними стали питання відповідності структур різних мов у діловій переписці, а також що є важливим і використання різних способів перекладу.

Щодо критеріїв для перекладу, то першим є передача інформації найбільш точно до тексту, і наступним – її цілісність та адекватність відповідно до мови перекладу. Отже перекладач має використовувати всі наявні кліше та структури, котрі притаманні рідній мові, але при цьому враховувати структуру та вимоги ділового листування оригіналу.

Серед чинників, котрі впливають на видів способів перекладу є особливості стилістики тексту та відповідно способів його перекладу, такі як художній переклад та інформативний переклад.

До другого типу належить науково-технічний, суспільно-політичний, військовий, юридичний та побутовий переклад, приналежність оригіналу до якогось одного стилю може впливати на перекладацький процес і вимагати від перекладача застосування особливих методів і прийомів [2].

Щодо офіційно-ділове мовлення, то слід відзначити, що це є різновидом літературної мови, що має свою лексику та кліше, для використання, що встановлювалось та розроблялось століттями. Цей стиль присутній в усіх сферах життя а, особливо у писемному мовленні.

Отже, для ділового мовлення притаманні традиційні способи вираження та використання стандартних виразів та фраз. Особливо це

виявляється у використанні архаїчних виразів та фраз, наприклад, можливо зустріти наступні слова, як *hereby*, *beg to inform* та інші. Цей принцип є важливим, оскільки такі документи мають юридичну силу і повинні мати тільки один відповідник та переклад, наприклад, *according to*, *with a view to*, *etc.*

Наступною характерною рисою є відсутність використання будь-яких зображальних засобів, що веде до однозначного ясного перекладу структур та сприйняття інформації.

Щодо способів перекладу, які використовуються, то це граматичні структури та заміни. Згідно з В. Комісаровим, граматичні трансформації або граматичні заміни – це спосіб перекладу, при якому граматична одиниця в оригіналі перетвориться в одиницю мови перекладу з іншим граматичним значенням.

Серед дослідників виділяють наступні типи граматичних трансформацій: додавання певних граматичних структур, а саме, сполучників, займенників тощо; вилучення граматичних елементів; транспозиція або перестановка, заміна, об'єднання та розчленування речень та ін.

При перекладі повинні також бути використані граматичні структури притаманні мові оригіналу і одне з таких явищ, це інверсія, котра є постійним явищем української мови, але майже не присутня в англійській. Отже, слід зазначити, що при такому перекладі складові речення повинні групуватись враховуючи логічну послідовність, яка притаманна мові перекладу, і тому порядок слів змінюється, наприклад: *Bank Head Manager* – Головний менеджер банку.

Отже, питання перекладу ділового листування є нагальним для всіх свер життя країни, котра має міжнародні стосунки з іншими державами, а також беручи до уваги євроінтеграцію України та її подальшу інтеграцію у світовий простір.



### Література:

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М., «Междунар. отношения», 1975., 240 с.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
3. Швейцер А. Д. «Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты». – М.: Наука, 1988. С. 85.

## ТИПОЛОГІЯ ІНТЕРМЕДІАЛЬНОСТІ У СУЧАСНОМУ ЛІТЕРАТУРОЗНАВСТВІ

**Григор'єва В. В.,**

*магістрант кафедри української та  
зарубіжної літератури і порівняльного літературознавства  
Бердянський державний педагогічний університет  
м. Бердянськ, Україна*

Однією із значимих тенденцій у сучасному літературознавстві є феномен інтермедіальності. Він виникає внаслідок ускладнення принципів організації художнього тексту, який запозичує і асимілює властивості текстів інших видів мистецтва. Інтермедіальність визначається, по-перше, як особливий спосіб організації художнього тексту, по-друге, як специфічна методологія аналізу і окремого художнього твору, і мови художньої культури в цілому. Ця методологія спирається на принципи міждисциплінарних досліджень [2, с. 149].

Поняття «інтермедіальність» широко використовується у літературознавстві замість терміна «взаємодія мистецтв» й допомагає

виявити особливі типи внутрішньотекстових зв'язків у творах, що спираються на образність різних видів мистецтва.

Термін «інтермедіальність» був запропонований німецьким вченим Оге Ханзен-Леве [3], а обґрунтування терміну дав вітчизняний філософ І. П. Ільїн, який запропонував велику мову культури, що складається з мов кожного мистецтва. У широкому смислі інтермедіальність – створення цілісного поліхудожнього простору в системі культури (художньої метамови культури, за І. Ільїним). У вузькому – особливий тип внутрішньотекстових взаємовідносин у художньому творі, де взаємодіють різні види мистецтва. І, нарешті, інтермедіальність – це специфічна форма діалогу культур, що здійснюється за допомогою взаємодії художніх референцій. Подібними мистецькими референціями є художні образи або стилістичні прийоми, що мають для кожної конкретної епохи знаковий характер [2, с. 150].

Твори словесного мистецтва не тільки інтертекстуальні й містять цитати з інших літературних текстів, а й інтермедіальні, тобто складаються з «цитат», запозичених із текстів, створених мовою інших видів мистецтва.

Така художня «цитація» широко використовувалася ще символістами XIX століття, які зверталися як до літературних, так і до образотворчих текстів попередніх культур, переосмислюючи їх у контексті нового твору. У даній інтерпретації «текст» розуміється широко: не тільки як літературний, а й як «текст мистецтва», «текст культури», «інтертекст».

І. В. Арнольд замість терміну «інтермедіальність» використовує термін «синкретична інтертекстуальність» [1, с. 55], а Л. П. Прохорова називає дане явище «інтерсеміотичністю», яка «може проявлятися через зв'язок з творами інших семіотичних систем шляхом вербалізації останніх» [2, с. 151]. У цьому випадку інтертекст словесно передає зміст і

форму творів живопису, архітектури тощо, відображаючи ту сферу мистецтва, із якої він запозичений. Найчастіше вербалізується не стільки твір, що належить до невербальної семіотичної системи, скільки реакція персонажів (зовнішність героя асоціюється з відомим мальовничим або скульптурним портретом або його емоційний стан розкривається через опис або згадку твору мистецтва) [2, с. 152].

У сучасному літературознавстві звертають на себе увагу декілька інтермедіальних типологій – літературно-живописна класифікація (Оге Ханзен-Леве) та літературно-музична (С. П. Шера). Ці типології засновані на інтерпретації відносин у семіотичному трикутнику (визначальне-індекс-проекція). Перша форма інтермедіальності пов'язана із моделюванням матеріальної фактури іншого виду мистецтва в літературі. Тут мова йде, наприклад, про мелодику поетичної мови, про візуальні форми в поезії (паліндроми, анаграми, листовертні, акровірші) або прозу [3, с. 305].

Другий тип інтермедіальності передбачає проекцію формотворчих принципів музичного твору, архітектурної споруди, живописного полотна або кінокартини в літературному тексті (визначальне – символ – транспозиція). Третій тип інтермедіальності заснований на інкорпорації образів, мотивів, сюжетів творів одного медіального рангу (музики, графіки, скульптури) в твори іншого медіального рангу – літератури (денотат, референт – ікона, копія – трансфігурація). Під інтермедіальними інкорпораціями розуміють словесні описи, що містяться в художньому творі (мотиви живопису, скульптури, музики, кінематографа). У цьому випадку зв'язок між медіальними рядами здійснюється за принципом «текста у тексті» (Ю. Лотман), «мистецтва у мистецтві» (С. Фаріно) або «геральдичної конструкції» (М. Б. Ямпольський). Дана конструкція передбачає

створення «зменшеної моделі» об'єкта в творі, що відображає «перехід від предметності до репрезентації» (М. Б. Ямпольський) [2, с. 153].

Таким чином, інтермедіальність – це особливий спосіб організації художнього тексту; специфічна методологія аналізу як окремого художнього твору, так і мови художньої культури в цілому, яка спирається на принципи міждисциплінарних досліджень та має певну типологію.

#### Література:

1. Арнольд И. В. Проблемы диалогизма, интертекстуальности и герменевтики (в интерпретации художественного текста) : Лекции к спецкурсу / И. В. Арнольд; Рос. гос. пед. ин-т им. А. И. Герцена. – СПб. : Образование, 1995. – С. 55.
2. Тишунина Н. В. Методология интермедиального анализа в свете междисциплинарных исследований [Электронный ресурс] / Н. В. Тишунина // Методология гуманитарного знания в перспективе Питання літературознавства / Pytannia literaturoznavstva / Problems of Literary Criticism /№ 88/ /2013/ 379 XXI века. К 80-летию профессора М. С. Кагана : материалы междунар. научн. конф. (18 мая 2001 г. Санкт-Петербург). Серия «Symposium». Выпуск № 12. – СПб. : Санкт-Петербургское философское общество, 2001. – С. 149–154. – Режим доступа : [http://anthropology.ru/ru/texts/tishunina/symp12\\_32.html](http://anthropology.ru/ru/texts/tishunina/symp12_32.html).
3. Hansen-Löve A. A. Intermedialität und Intertextualität: Probleme der Korrelation von Wort- und Bildkunst // Dialog der Texte. Wiener Slawistischer Almanach. Sonderband. 1983. 11. P. 291-360.

## **ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР ТЕКСТУ: ПРИНЦИП ВІДЗЕРКАЛЕННЯ**

*Лещенко Г. В.,*

*доктор філологічних наук, доцент,*

*завідувач кафедри прикладної лінгвістики*

*Черкаський державний технологічний університет*

*м. Черкаси, Україна*

*Макаренко Ю. Г.,*

*кандидат філологічних наук, доцент,*

*доцент кафедри прикладної лінгвістики*

*Черкаський державний технологічний університет*

*м. Черкаси, Україна*

Одним із ключових понять загальнонаукового знання ХХІ ст. є текст, який розглядається в різних іпостасях: як знак, система, структурно-семантичне та комунікативне утворення, системно-структурна та інформаційно-функціональна сутність, комунікативна або когнітивна модель, засіб міжкультурної комунікації, психо- й соціолінгвістичний феномен тощо. Сучасний інтегративний підхід до вивчення вербальних об'єктів (систем) уможливив потракування тексту як ієрархічної єдності вищого порядку, багатовимірного, багатоаспектного й багатофункціонального системного утворення, яке поєднує характеристики складного знака та комунікативного цілого. Одним із основоположних принципів формування його внутрішньої організації є принцип відзеркалення, розуміння сутності якого дозволяє встановити й описати механізм структурування інформації всередині текстового простору.

Під **віддзеркаленням**, у найширшому сенсі, розуміють певний аспект взаємодії двох або декількох об'єктів (систем), за якої «з усього змісту взаємодії виокремлюється лише те, що в одній системі з'являється в результаті впливу іншої системи і відповідає (тотожно, ізо- або гомоморфно) цій останній» [4]. Поняття віддзеркалення використовується як у природничих і технічних науках (математиці, фізиці, фізіології, інформатиці, кібернетиці тощо), так і у цілій низці гуманітарних дисциплін (філософії, соціології, психології, педагогіці та ін.), де віддзеркалення і комунікацію безпосередньо пов'язують з поняттям інформації, що відкриває нові можливості в дослідженні інформаційних процесів як віддзеркалювальних, а віддзеркалювальних процесів – як інформаційних. Категорія віддзеркалення лежить в основі не лише поняття комунікації, але й поняття віртуальної реальності, оскільки віддзеркалення породжує своєрідне «подвоєння» реальності. Тим самим *система, що віддзеркалює, крім інформації про свій внутрішній зміст (структуру), у результаті віддзеркалення містить інформацію і про систему, що віддзеркалюється* [там само] (курсив наш – Г. Л., Ю. М.).

Екстраполяція принципу віддзеркалення на співвідношення понять «дискурс – текст» дозволяє стверджувати, що їхня взаємозумовленість має віддзеркалювальний характер, тобто текст, будучи складовою частиною дискурсу, одночасно включає і його «віддзеркалення», що є аналогом конотативної інформації, представленої у значенні слова [2, с. 318]. У тексті міститься не лише інформація про предмет повідомлення, але й «увесь набір суб'єктивних, соціокультурних, у тому числі стереотипних, прецедентних та інших смислів» [5, с. 61], наявних у комунікативній ситуації. Мовець (адресант) створює свій мовленнєвий твір, спираючись на спільну з адресатом референтну ситуацію і з огляду на свої інтенції, емоції, оцінки; зв'язує висловлення відповідно до текстових законів смислової та структурної цілісності,

завершеності, когезії та когерентності, оформлюючи таким чином «певний результат – текст, тобто «упаковуючи» дискурс у текст» [там само]. Іншими словами, дискурсивний простір, що є необхідним середовищем для створення тексту, віддзеркалюється в семантичному просторі останнього, формуючи в тексті особливу підсистему вербалізованої *дискурсивної інформації* (про учасників і контекст комунікації). У тексті вона нашаровується на вербалізовану *фактуальну інформацію* (про об'єкт повідомлення). Кожна з цих підсистем наділена власною системністю, що уможливорює розгляд тексту як полісистемного семіотичного цілого.

У сучасних наукових дослідженнях текст постає як складний вербальний знак – макрознак, вживаний у комунікації. Його складність обумовлена низкою факторів: тим, що він «витканий» зі знакового матеріалу, який відноситься до різних систем, кожна з яких залишає свій «відбиток» у тексті; складними відношеннями між елементами цих систем у тексті; самим текстом як цілим, так само як і полікодовістю мовця і слухача [3, с. 36]. З огляду на різноаспектність та поліфункціональність аналізованого феномену, у сучасній лінгвістичній теорії внутрішня організація тексту потрактовується як «складне системне утворення, що інтегрує низку взаємодіючих підсистем» [1, с. 14], кожна з яких віддзеркалює інформацію дискурсу (як комунікативної ситуації, за Т. А. ван Дейком) й актуалізує її за допомогою різних мовних засобів.

#### Література:

1. Воробьева О. П. Текстовые категории и фактор адресата: [монография]. К.: Вища школа, 1993. 220 с.
2. Лещенко А. В. Дискурсивний компонент у структурі тексту // Науковий вісник Чернівецького нац. ун-ту. 2014. Вип. 690-691. С. 316-320.

3. Теория текста: [учеб. пособие] / ред. А. А. Чувакин. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Флинта: Наука, 2010. 224 с.
4. Урсул А. Д. Исследование информационных и глобальных процессов: междисциплинарные подходы и связи [Электронный ресурс] // NB: Проблемы общества и политики. 2012. № 3. С. 154–201. URL: [http://e-notabene.ru/pr/article\\_259.html](http://e-notabene.ru/pr/article_259.html).
5. Формановская Н. И. Размышления о единицах общения // Русский язык за рубежом. 2000. № 1. С. 56-63.

## DEFINING METAIMAGE IN STYLISTIC LEXICOLOGY

*Narodovska O. M.,*

*Lecturer of the Department of the English  
Language of Humanities Orientation № 3  
National Technical University of Ukraine  
“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”  
Kyiv, Ukraine*

### 1. Introduction

One of the most common ways to determine the type and style of the text is a functional style and stylistic vocabulary. One and the same thought may be worded in more than one way. This diversity is predetermined by coexistence of separate language subsystems, elements of which stand in relations of interstyle synonymy. Such language subsystems are called “functional styles”. The most traditionally accepted functional styles are the style of official and business communication, the style of scientific prose, the newspaper style, the publicistic style, the belletristic style, the conversational style [2].



Style, in any kind of speech or writing, is extremely important to the overall function of communication. In most cases, a consistency of features produces what we understand as a pleasing style. That is, the style is appropriate to the context in which it occurs. A linguistic context is the encirclement of a language unit by other language units in speech. It is especially important in case with polysemantic words. So that it leads to the forming such a feature as metaimage which functions in all the given functional styles and context is.

## 2. Methods

The methodology used in the article presupposes the usage of the following methods: narrative – for selecting, ordering and interpreting factual material; classification and systematisation – for grouping conceptual metaimages under study on different source domains.

## 3. Results and Discussion

Taking a context feature as a main point to distinguish the feature and functions that are presented by metaimage, the types of the context should be named. Microcontext is a context of a single utterance (sentence). Macrocontext is the context of a paragraph in a text. Megacontext is the context of a book chapter, a story or the whole book. Taking this into account leads to understanding the diverse performance of metaimage in the text, which might be formed by a single word as well as a group of words, sentences or even links given in different parts of the text like the context.

An extralingual (situational) context is formed by extralingual conditions in which communication takes place. Besides making the meaning of words well-defined, a situational context allows the speaker to economize on speech efforts and to avoid situationally redundant language signs. Extralingual context can be physical or abstract and can significantly affect the communication. A conversation between people can be affected by surroundings and the presence of others. That forms a physical context. A

dialog between colleagues can be affected by the nature of their relationship. That is, one may be of higher status than the other. Such nature forms an abstract context. Historical accounts are more easily understood when evoked in the context of their own time. Such context is called temporal or chronological. There would be a psychologically advantageous context within which to tell one's spouse about that dented bumper on the new car. Such context may be called psychological [1].

No linguistic unit exists in a vacuum and this is why dictionaries have only a limited function in conveying meaning devoid of context. Words do not have an absolute meaning. Shades of meaning emerge with variation in context. All of those works the same with metaimage which includes equal influence of metaimage to the context as context influences the form of metaimage.

Image is a certain picture of the objective world, a verbal subjective description of this or another person, event, occurrence, sight made by the speaker with the help of the whole set of expressive means and stylistic devices. Images are created to produce an immediate impression to human sight, hearing, sense of touch or taste. Any person puts on to canvas of its context an image of the spoken object. It may be not only for try to convey others in its own picture of not only physical likeness but also something of its inner characteristics. That all is presented by words. The verbal image created the general image of understanding. The way of understanding on a higher level of observation forms the metaimage. The way observation is put over the individual's perception into intertext global understanding is a key point of understanding this [3].

#### 4. Conclusions

The features chosen from any text will be those which characterize the piece as to its function. They will be used by the analyst to prove the initial statement which is made about the linguistic nature of the text as a whole. The method of analysis can be seen as looking at the text in great detail, observing

what the parts are, and saying what function they perform in the context of the passage. These are the easiest ways to find out and define metaimages that helped to express the point of view of the speaker to the audience.

#### References:

1. Verba L. G. (2003). Porivnialna lexicologia angliskoy ta ukrainskoy mov. Kyiv: Nova Kniga.
2. Kyharenko V. A. (2001). Practicum iz stulistiky angliskoy movu. Kyiv: Nova Kniga.
3. Perebuynis V. I. (2000). Stulistichni metody dlia linguistiky. Kyiv: Nova Kniga.

## **МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ І ПЕРЕКЛАД**

***Новосад Ю. І.,***

*асистент кафедри теорії і практики перекладу  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка  
м. Тернопіль, Україна*

***Панченко В. В.,***

*кандидат філологічних наук,  
викладач кафедри теорії і практики перекладу  
Тернопільський національний педагогічний університет  
імені Володимира Гнатюка  
м. Тернопіль, Україна*

Комунікація завжди була, є і буде найважливішою потребою людства. У широкому сенсі це поняття охоплює набагато більше, аніж лише обмін інформацією між людьми. Сюди також можна додати різноманітні канали та способи передачі інформації (штучний інтелект, культурні знаки, комп'ютерні мережі тощо). Згідно з визначенням В. М. Манакіна, [1] комунікація – це спілкування за допомогою вербальних і невербальних засобів з метою передачі та одержання інформації. Звісно, поняття комунікації і спілкування є тотожними: комунікацію розглядають в широкому розумінні, а вербальне і невербальне спілкування є складовими комунікації. Попри постійні зміни в суспільстві незмінною залишається сутність людського спілкування: це обмін думками, інформацією і досягнення взаємного порозуміння, гармонії стосунків в усіх сферах і на всіх рівнях буття людини. Однак форми, засоби і методи людської комунікації постійно змінюються.

У зв'язку з постійними глобалізаційними змінами, розширенням міжнародних контактів, інтернаціоналізацією суспільства загалом змінився і характер спілкування. Налагодження ділових і дружніх контактів із представниками інших держав передбачає володіння іноземними мовами. Однак цього мало, оскільки серйозною перешкодою у спілкуванні з іноземцями є незнання їхніх етнічних і культурних особливостей [1].

Ось тут свою вагому роль відіграє переклад, який є актом не лише міжмовної, але й міжкультурної комунікації. Перекладач, особливо спеціаліст з усного перекладу, виступає посередником в такому міжкультурному діалозі, перед яким стоїть завдання не лише інтерпретувати повідомлення, а й врахувати при цьому всі культурні аспекти. Останні можуть бути пов'язані з особливостями повсякденного життя, праці, дозвілля, стосунків в сім'ї та суспільстві тощо. Також не

можна не згадати про невербальну комунікацію, яка теж вимагає інтерпретації – це етикетна поведінка, мова тіла тощо.

Отож, постає логічне запитання – чи існує практичне рішення, такий спосіб перекладу, який дозволить перекладачеві отримати адекватний, успішний варіант перекладу з точки зору міжкультурної комунікації?

П. Ньюмарк [2] у 1988 році запропонував використовувати два методи: метод переміщення (*transference*) і метод аналізу компонентів (*componential analysis*). Обидва методи є різними за своєю суттю. Метод переміщення має на меті презентацію тексту у формі, яка буде зрозуміла читачу цільової мови, включає використання транслітерації, тобто не передає повідомлення і блокує розуміння, повністю зосереджуючись на культурному явищі. Метод аналізу компонентів, натомість, має на меті розбиття лексичних компонентів повідомлення на смислові структури, виключає культуру, зосереджуючись на змісті. Прагматичний аспект при використанні такого методу втрачається [3].

Звісно, одного універсального методу не існує. І часткова втрата культурного підтексту є неминучою. Варто пам'ятати, що важливими компонентами вдалого перекладу в контексті комунікації двох культур є знання перекладачем культурних особливостей країн обох мов, усвідомлення комунікативної мети, а також здатність перекладача приймати рішення влучно і швидко. Чим більш наближені мовні системи та культури обох мов перекладу, тим вдаліший переклад [4]. Тому лише виважений вибір перекладачем різних методів і підходів є запорукою отримання максимально ефективного варіанту перекладу.

#### Література:

1. Манакін В. М. Мова і міжкультурна комунікація. К, 2012. 289 с.
2. Newmark P. A Textbook of Translation. New York: Prentice Hall, 1988.

3. Sun, S.-C. The Importance of Professional Knowledge in Translation. *Open Access Library Journal*. 2015. Vol. 2 1331. URL: <http://dx.doi.org/10.4236/oalib.1101331>
4. Yan C. & Huang J. J. The Culture Turn in Translation Studies. *Open Journal of Modern Linguistics*, Vol. 4, P. 487-494. URL: <http://dx.doi.org/10.4236/ojml.2014.44041>

## КЛАСИФІКАЦІЯ МОЛОДІЖНОГО СЛЕНГУ

*Стешина А. І.,*

*магістрантка кафедри теорії, практики та перекладу*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут*

*імені Ігоря Сікорського»*

*м. Київ, Україна*

Практично кожна група людей, об'єднана спільними інтересами, характеризується особливим типом мовлення, що реалізується у сленгових новоутвореннях, притаманним лише цій групі. Молодіжний сленг складається із загальномолодіжного жаргону, що характеризує мову певного покоління, і спеціальних молодіжних жаргонів.

Молодь, на думку С. Флекснера [4], є найактивнішим елементом, який створює сленг. Американський сленг традиційно вбирає будь-яке яскраве слово, яке потрапило до нього, він вирізняється жвавістю, гнучкістю й несподіваною дотепністю, завжди виходить за межі встановленого літературного стандарту й демонструє свою відкритість, розкутість і динамічність. Як вважає О. Кондратюк, «...досі в наукових

колах часто домінує розуміння молодіжного соціодіалекту як «мовного хуліганства» [2].

Науковці по-різному підходять до впорядкування й аналізу різних пластів молодіжної лексики. Так, дослідник сленгу О. Поздняков здійснює поділ лексем молодіжного сленгу на 13 груп – відповідно на позначення:

1. **Особи:** *pal* – друг; *home slice* – близький друг; *chap* – товариш; *ankle biter* – дитина.
2. **Оцінки:** *Mr. Clean* – чесний; *on edge* – роздратований; *snotty* – нахабний; *hunky dory* – чудовий.
3. **Дозвілля:** *chill* – розслабитися; релаксувати; *have arms* – влаштувати вечірку.
4. **Навчання:** *fade* – отримувати погані оцінки; *a dig* – старанний учень; *blood* – відмінна відповідь; *skull* – викладач в університеті; *sleeper* – курс лекцій.
5. **Фізична й розумова діяльність:** *beasting it up* – посилено займатися в спортзалі; *brain dead* – безмозкий/нездатний думати.
6. **Спілкування:** *bamboozle* – брехати; *button up* – замовкнути, припинити розмову.
7. **Заборонені речі:** *spliff* – косяк; *crank up* – вводити наркотики; *block busters* – депресант.
8. **Частини тіла:** *paw* – рука; *tummy* – живіт; *nut* – голова
9. **Фізичний і психічний стан:** *dodo* – дурень; *blah* – погане самопочуття; *laid up* – прикутий до ліжка
10. **Сексуальні контакти:** *bang* – займатися коханням; *to neck* – цілувати голубити.
11. **Конфлікт:** *dust-up* – суперечка; *free-for-all* – дискусія, бійка; *tumult* – колотнеча.
12. **Одяг і гігієна:** *duds* – одяг; *kicks* – взуття.

13. **Побут:** *catch some Z's* – спати; *grub* – їжа; *a buck* – долар [3, с. 57].

Згідно з іншою класифікацією у сучасній лінгвістичній науці виокремлюють такі 8 груп молодіжної лексики:

- вітання, звертання й позначення партнерів;
- зручні в користуванні назви та вислови;
- жваві вирази та стереотипні пустопорожні слова;
- метафоричний, здебільшого гіперболізований спосіб мовлення;
- репліки зі словами захоплення й осуду;
- просодична мовна гра, скорочення й послаблення звуків, а також графічно-стилістичні засоби;
- вигукова комунікація;
- словотвір, розширення значення слова, скорочення слів [1, с. 212].

Таким чином, дослідження типологізації молодіжної мови в цілому відіграє важливу роль у лінгвістиці, має широку палітру наукових розвідок і неодмінно потребує детальнішого вивчення. Здійснена систематизація молодіжної мови розширює можливості її всебічного дослідження й окреслення її функцій, а також підтверджує її значущість для подальших наукових розвідок.

#### Література:

1. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М. : Высшая школа, 1990. 253 с.
2. Кондратюк О. Молодіжний сленг як мовне явище [Електронний ресурс]. URL : <http://www.ji.lviv.ua/n38texts/kondratyuk.html>
3. Поздняков О. Номінативні процеси в сучасному німецькому молодіжному слензі (системно-квантитативне дослідження словників і періодичних видань) : дис ... канд. філол. наук: 10.02.04. Івано-Франківськ, 2010. 216 с.



4. Flexner S. B. Preface to the Dictionary of American Slang / New Dictionary of American Slang; Comp. by R. Chapman. New York : Harper and Row, 1986. P. 17–28.

## ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

### НЕЙМІНГ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

**Гричук Н. Г.,**

*студентка факультету управління,  
сфери обслуговування та харчових технологій  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського торговельно-економічного університету  
м. Чернівці, Україна*

**Чаплінський Ю. Б.,**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри товарознавства та маркетингу  
Чернівецький торговельно-економічний інститут  
Київського торговельно-економічного університету  
м. Чернівці, Україна*

Ведення ресторанного бізнесу сьогодні докорінно відрізняється від часів його зародження в Україні. Процедура вибору назви ресторану раніше зводилась до простої формальності. Тепер цей процес перетворився на дієвий інструмент маркетингу, який має назву «неймінг».

Неймінг – комплекс заходів, що спрямовується на створення влучних маркетингових назв для торгових марок чи товарних знаків, назв компаній, який включає в себе креативну складову та юридичну підтримку. Активно почали використовувати неймінг американці в кінці 19-го століття, коли боротьба за споживача набула істотного значення [1]. Створення ефективної назви підприємства чи товару є важливим кроком

до ринкового успіху. Сама тільки назва може змінити реакцію споживачів на пропонований товар, збільшити попит на продукцію чи послуги.

Останнім часом в Україні неймінг набуває все більшої популярності, прослідковується підвищення попиту на послуги по розробці ексклюзивної, впізнаваної назви. Ресторатори за справжній професійний неймінг закладу і послуг в обов'язковому порядку розраховуються немалими коштами. Закордонні «неймери» мають досить багатий досвід, розроблену чітку методологію, традиції неймінгу і багато спеціальної літератури. Вітчизняні неймери мусять використовувати закордонний досвід та вчитися на власних помилках і здобутках.

Встановлено, що основне завдання неймінгу – знайти назву, яка не тільки відображала б ідею і характер нового бренду, але також була б простою, яскравою, такою, що осідає в пам'яті. Мета неймінгу – створення особливого імені, котре дасть змогу підприємству відмежуватись від конкурентів, і швидко і точно донести ексклюзивність свого бренду до потенційних споживачів. Правильно підібрана назва виділяє підприємство серед конкурентів, залучає відвідувачів, дає поштовх до розвитку. Назва має бути однозначна, лаконічна, ясна, впізнавана, має відображати діяльність підприємства і виражати його індивідуальність.

Сучасний ресторанний ринок надає споживачеві величезний вибір продукції і послуг. Неможливо продати не тільки безіменний товар, але і товар з назвою, яку важко вимовити або запам'ятати. Тому навіть назви страв або послуг розробляються за допомогою неймінгу.

Технологія неймінга включає: активне використання спеціальних технік творення слів, висловів; генерацію великих списків імен; лінгвістичну (мовознавчу) роботу; спеціальні експертні техніки для відбору імен; аналіз на асоціації і правильність емоційної реакції

споживача, що виникають при сприйнятті пропонованої назви; методологію емоційного обґрунтування [2].

В попередніх дослідженнях нами було визначено, що для створення якісного та професійного неймінга, який слугуватиме для підприємства потужним маркетинговим інструментом та сприятиме його активному зростанню та розвитку на ринку слід пройти наступні кроки: маркетинговий аналіз ринку; аналіз бренда підприємства; аналіз цільової аудиторії; креативна робота по створенню варіантів назви; вибір найкращих варіантів та їх ретельний аналіз; технічне узгодження; тест у фокус-групах [3].

Нині інформаційний простір насичений всілякими назвами та найменуваннями, тому вибір імені для нового підприємства, закладу, продукту або послуги стає з кожним днем все більш складною справою. Потрібно передбачити безліч дрібниць - від милозвучності до графічного накреслення. Професійно цю роботу виконують спеціалізовані компанії з неймінга.

Разом з тим, якою б красивою не була назва бренду, її можна легко зіпсувати недоброякісною продукцією, поганим сервісом, іміджем. Тому тільки взаємодія у використанні всіх складових маркетингу приведе до ринкової успішності підприємства, до досягнення ефективності його роботи та його брендів. Дослідження дозволили зробити висновок, що вдале ім'я відрізняється стислістю, легко запам'ятовується, виділяється зі списку, асоціюється зі значимим і важливим для споживача поняттям, має приємне звучання, однозначно розкриває зв'язок імені і товару, зрозуміле цільовій аудиторії, має позитивні значення при перекладі на іноземну мову. Навіть чим ближчою буде початкова літера імені до початку алфавіту, то ближче фірма стоятиме в on-line и offline каталогах.

Назва товару або послуги – це перше, що помічає споживач, і часто основне, що впливає на формування ставлення до бренду. Ім'я

товару або послуги грає значну роль в залученні уваги і впливу на споживача. Тому бізнесменам варто більш уважно ставитися до вибору назви.

#### Література:

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uk.x-pdf.ru/5ekonomika/1343503-5-innovaciyni-tehnologii-harchoviy-promislovosti-restorannomu-gospodarstvi-tezi-dopovidey-mizhnarodnoi-naukovo-praktichnoi.php>
2. Г. Чармессон. Торгова марка: як створити ім'я, яке принесе мільйони. – СПб. : Пітер, 1999.
3. Чаплінський Ю. Б., Іліка Г. П. Наймінг: суть, основні складові та правила створення успішного наймінга підприємства / Ю. Б. Чаплінський, Г. П. Іліка / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=75812>

## **РЕФОРМУВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ В ОРГАНАХ КАЗНАЧЕЙСТВА**

***Микитюк І. С.,***

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів  
Київський національний торговельно-економічний університет  
м. Київ, Україна*

***Шевченко С. О.,***

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів  
Київський національний торговельно-економічний університет  
м. Київ, Україна*

У сучасних умовах модернізації бухгалтерської та фінансової систем існує потреба в переосмисленні організації бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі. В Україні бюджетні установи та державні цільові фонди ведуть бухгалтерський облік за методом нарахувань, а бухгалтерський облік про виконання бюджетів ведеться за касовим методом з елементами методу нарахувань, а саме: бухгалтерський облік зобов'язань клієнтів ведеться за методом нарахувань. В рамках реалізації реформи бухгалтерського обліку в державному секторі актуальним є вивчення питання щодо доцільності переходу ведення бухгалтерського обліку про виконання бюджетів за методом нарахувань. Міністерством фінансів України вивчається питання доцільності такого переходу.

Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» зазначається, що метою ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансове становище, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства [1]. Тому, важливим питанням є підготовка прозорої фінансової звітності. Якісна оцінка структури та динаміки надходжень і видатків, аналіз ресурсної спроможності є важливим інструментом для розуміння фінансової ситуації та можливості прийняття управлінських рішень. Це в свою чергу вимагає посилення вимог до звітності про виконання бюджетів і кошторисів розпорядників бюджетних коштів, що спрямовані на підвищення достовірності та якості звітів.

Розпорядженням Кабінету міністрів України № 437-р від 20.06.2018 р. Про схвалення Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі на період до 2025 року прописано чіткий план заходів модернізації

бухгалтерського обліку в найближчі роки [2]. Основними напрямками якої є:

1. Удосконалення нормативно-правової бази з бухгалтерського обліку та фінансової звітності.
2. Удосконалення системи бухгалтерського обліку. В рамках реалізації цього напрямку є адаптація інформаційно-аналітичної системи Казначейства для застосування плану рахунків бухгалтерського обліку в державному секторі в контексті підготовки інформації про виконання бюджетів.
3. Підвищення прозорості та якості в фінансовій звітності. Тут важливим завданням є консолідація фінансової звітності.

Національні стандарти 101 «Подання фінансової звітності», 102 «Консолідована фінансова звітність», 103 «Фінансова звітність за сегментами» 105 «Фінансова звітність в умовах гіперінфляції» визначають склад, форми, принципи підготовки та подання фінансової звітності в державному секторі, порядок складання консолідованої фінансової звітності, принципи і порядок формування інформації про доходи, витрати, фінансові результати, активи і зобов'язання звітних сегментів, порядок коригування фінансової звітності та консолідованої фінансової в умовах гіперінфляції, а також загальні вимоги до визнання і розкриття її елементів. Казначейству України вперше необхідно скласти за 2018 рік загальну консолідовану фінансову звітність про загальний майновий стан та результати діяльності суб'єктів державного сектору та бюджетів. Складання консолідованої фінансової звітності підвищить рівень відкритості, прозорості фінансової звітності та буде сприяти прийняттю об'єктивних управлінських рішень у сфері державних фінансів [4].

4. Підвищення кваліфікації представників бухгалтерських служб і вдосконалення системи їх підготовки.

Для ведення бухгалтерського обліку виконання державного та місцевих бюджетів в Казначействі України діє інформаційна система АС «Є-Казна». Формування звітності бюджетних установ і звітності про виконання бюджетів здійснюється в автоматичному режимі в інформаційній системі АС «Є-Звітність», яка дозволяє здійснювати автоматичний аналіз і перевірку звітності. Система АС «Є-Звітність» дозволяє: формувати й передавати звітність розпорядників та одержувачів бюджетних коштів в електронному вигляді, створити електронний архів фінансової та бюджетної звітності, здійснити консолідацію звітності в автоматичному режимі, що дозволяє зменшити кількість помилок [3].

Слід зауважити, що модернізація, вдосконалення автоматизованих процесів потребують підвищення професійних і особливо технічних знань від головних бухгалтерів бюджетних установ, оновлення та застосування нової і більш потужної комп'ютерної техніки, залучення до роботи в бюджетних установах спеціалістів із поглибленими знаннями комп'ютерної техніки і передових технологій.

5. Створення інформаційно-аналітичної системи бухгалтерського обліку. Планується модернізувати програмний продукт Казначейства і разом з тим створити уніфіковану програму для ведення обліку бюджетними установами.

Слід зазначити, що під час створення та адаптування стандартів виникають певні питання, які потребують свого вирішення: навчання бухгалтерів новим вимогам та правилам бухгалтерського обліку та звітності; розроблення методичних рекомендацій до національних стандартів бухгалтерського обліку в державному секторі; питання консолідації фінансової звітності в частині визначення структури та порядку формування загальної консолідованої фінансової звітності суб'єктів державного сектор; розроблення єдиної інформаційно-



аналітичної системи для автоматизації ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності.

Отже, кінцевою метою реформи бухгалтерського обліку є ведення бухгалтерського обліку на основі єдиної методології обліку та єдиної облікової політики, створення єдиного інформаційного середовища в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності, які ґрунтуються на національних положеннях стандартах бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі.

#### Література:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV з наступними змінами і доповненнями. [Електронний ресурс] – Режим доступу: Режим доступу:<http://zakon2.rada.gov.ua/>.
2. Розпорядженням Кабінету міністрів України № 437-р від 20.06.2018р. Про схвалення Стратегії модернізації системи бухгалтерського обліку та фінансової звітності в державному секторі на період до 2025 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: Режим доступу:<http://zakon2.rada.gov.ua/>.
3. Про введення АС «Є-Звітність» в дослідно-промислову експлуатацію: Наказ Державної казначейської служби України від 27.12.2017 № 421. [www.treasury.gov.ua](http://www.treasury.gov.ua).
4. Шамрай Г.М. Окремі питання фінансової та бюджетної звітності у 2018 році/Казна України, 38(65) . – 2018, с. 18.

# **ТЕНДЕНЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ ПІДПРИЄМСТВ**

*Шабатура Т. С.,*

*кандидат економічних наук, доцент,*

*доцент кафедри економічної теорії і економіки підприємства*

*Одеський державний аграрний університет*

*м. Одеса, Україна*

Розвиток вітчизняних підприємств, залучення України до глобалізаційних процесів та економічної інтеграції окреслює перед українським бізнесом нові пріоритети, що пов'язані з активізацією процесів у площині соціальної відповідальності. Бізнес не може розвиватися окремо від соціуму, адже він сам є елементом громадськості, від діяльності якого багато в чому залежить якість та безпечність споживчих товарів, стан оточуючого середовища тощо. Тому соціальна орієнтованість агропродовольчих підприємств буде результативнішою, якщо соціально-відповідальна поведінка буде інтегрована в стратегію їх розвитку. У західних країнах еволюція соціально-відповідальної концепції характеризується багатолітнім розвитком, теоретичні аспекти якої отримали широкої імплементації в практиці зарубіжного бізнесу.

Починаючи з 2005 року рівень популяризації соціально-відповідальної поведінки серед агропродовольчих підприємств поступово зростає, що, на думку багатьох дослідників [1-4], пов'язано, в першу чергу, із: комерціалізацію відносин медіа-компаній відносно поширення інформації з корпоративної соціальної відповідальності; дією в країні наслідків фінансово-економічної кризи; суб'єктивного розуміння представниками підприємницької діяльності соціальної відповідальності.

Проте, слід відмітити, що помітні зміни в тенденціях розуміння соціально-відповідальної поведінки серед агропродовольчих підприємств починаються з 2010 року й до нині, залежність масштабу популяризації якої корелюється з виробничими розмірами підприємств. Так, найбільшого поширення соціальна відповідальність набула серед великих за виробничим розміром підприємств (91,8 %), тоді як 25,0 % малих форм бізнесу взагалі не чули про цей феномен. Безумовно, таке ставлення породжує певні розбіжності й в реалізації ними різноманітних соціально-відповідальної поведінки в розрізі їх виробничих розмірів, що залежить, насамперед, від потенційних стимулів та очікуваних переваг від реалізації соціальних напрямків.

Для малих і середніх за виробничим розміром підприємств пріоритетним стимулом для реалізації соціальних напрямків є надання державної фінансової допомоги, тоді як для великих цей стимул поступається пільговому оподаткуванню для тих підприємств, які практикують соціально-відповідальну поведінку. Наступними за пріоритетністю для більшості агропродовольчих підприємств є сумісні з органами місцевої влади, іншими підприємствами соціальні проекти, а також поширення бази соціальних та інформаційних програм. Таке ставлення агропродовольчих підприємств до заходів соціально-відповідальної поведінки свідчить про їх готовність до реалізації соціальних проектів, адже більшість з них розуміє і сприймає соціальну відповідальність як інструмент формування конкурентних переваг та забезпечення стійких конкурентних позицій на ринках як в середині країни, так і за її межами.

В умовах реалій сьогодення лідери серед вітчизняних агропродовольчих підприємств корелюють використання комунікативного інструментарію з громадськістю з активною добродійною діяльністю, розробляючи стратегічні проекти економічного

розвитку в контексті інтеграції певних соціальних та екологічних складових, тоді як переважна їх більшість ще не визначена із соціально-відповідальною стратегією розвитку, знаходячись в точці перетину дотримання правових норм та реалізації поодиноких актів доброї волі.

Отже, понад 67,3 % лідерів вітчизняного бізнесу надають перевагу організації праці та виробничого процесу, що передбачає дотримання екологічних та безпечних норм виробничого процесу; 62,5 % спрямовують інвестиції на розвиток людських ресурсів та покращення трудових відносин, що передбачає охорону і гігієну праці, підвищення кваліфікаційного рівня персоналу та надання їм відповідного соціального захисту; 55,1 % надають благодійну допомогу місцевій громадськості; 47,3 % мають етичне відношення до покупців, відповідаючи за безпечність технології збуту, донесення точної та правдивої інформації в рекламі продукції за для налагодження добропорядних відносин із клієнтами.

В контексті практичної реалізації самими несприйнятливими для лідерів вітчизняного бізнесу Одеської області залишаються:

- заходи з охорони навколишнього середовища (19,7 %), які передбачають реалізацію власної природоохоронної політики, надання звітності громадськості щодо дотримання екологічних норм;
- відносини з владою (10,8 %), що ґрунтуються на відкритому діалозі між підприємницьким і державним секторами, прозорості та відкритості лобістських відносин з метою удосконалення політики працевлаштування населення, дотримання екологічних норм тощо;
- лише 8,2 % агропродовольчих підприємств надають відкриту інформацію про результати своєї діяльності.

Разом з цим, не можна не звернути уваги на той факт, що економічний розвиток вітчизняного бізнесу в контексті соціально-відповідальної поведінки повинен корелювати з соціально-економічними

інтересами інших сторін, гармонізація з якими має місце як в середині самого підприємства, так і ззовні.

Як результат, власники бізнесу намагаються утримати власний персонал шляхом надання їм додаткових пільг та можливості підвищувати рівень кваліфікації. Малі бізнесові-одиниці мають сьогодні незначні можливості інвестувати в комунікативні супроводи з місцевою громадськістю або інтегрувати принципи соціально-відповідальної поведінки. Проте, всі бізнес-одиниці, не зважаючи на їх виробничий розмір, відіграють велику роль у вирішенні соціально-економічних проблем розвитку територій, адже нестача кваліфікованого персоналу є проблемою для кожного з них. Також, ще й досі лишається проблема крадіжок, частково набута як за часів радянської епохи, так і в наслідок низького рівня життя населення. Тому деякі підприємства вважають, що це, в свою чергу, призводить до значного зниження продуктивності виробництва та недоотримання валової продукції, що відбивається на кінцевих результатах бізнесової діяльності.

Другим за пріоритетністю комунікативним заходом є соціально-відповідальна поведінка агропродовольчих підприємств перед місцевою громадкістю на основі використання, насамперед, інвестиційних інструментів. Так, більшість підприємств, вважають, що виникає потреба не лише в підтримці власних співробітників, а й населення, яке здає їм в оренду свої земельні паї, є основним покупцем їх продукції тощо.

Не можна оминати й той факт, що для деяких агропродовольчих підприємств гармонізація інтересів із місцевою громадкістю має також й етичне підґрунтя, викликане обмеженими можливостями розвитку місцевості з боку місцевого самоврядування. Проте, як свідчить практика, в будь-якому випадку рушійною силою гармонізації інтересів для агропродовольчих підприємств є формування позитивного іміджу, а для місцевої громадськості – це шлях у вирішенні життєвих проблем, що, в

свою чергу, вимагає ефективного комунікаційного супроводу. Проте, більшість бізнес-одиниць, усвідомлюючи важливість такої співпраці, не уявляють собі, як реалізовувати симетричні двосторонні довгострокові комунікації з цільовою аудиторією.

Отже, підсумовуючи проведене дослідження, зробимо наступні висновки:

1. Останнім часом спостерігаються помітні зміни в тенденціях розуміння соціально-відповідальної поведінки вітчизняними бізнес-одиницями, залежність масштабу популяризації якої корелюється з їх виробничими розмірами.
2. Ставлення агропродовольчих підприємств до заходів соціально-відповідальної поведінки свідчить про їх готовність до реалізації соціальних проєктів, адже більшість з них розуміє і сприймає соціальну відповідальність як інструмент формування конкурентних переваг та забезпечення стійких конкурентних позицій на ринках як в середині країни, так і за її межами.
3. В умовах реалій сьогодення лідери вітчизняного бізнесу корелюють використання комунікативного інструментарію з громадськістю з активною доброчинною діяльністю, розробляючи стратегічні проєкти економічного розвитку в контексті інтеграції певних соціальних та екологічних складових, тоді як переважна їх більшість ще не визначена із соціально-відповідальною стратегією розвитку, знаходячись в точці перетину дотримання правових норм та реалізації поодиноких актів доброї волі.
4. Більшість опитаних бізнес-одиниць, не зважаючи на їх виробничий розмір, усвідомлює важливість гармонізації інтересів із зацікавленими сторонами, адже консолідація приватних та суспільних пріоритетів позитивно впливає на стратегічний розвиток бізнесу, підвищуючи його конкурентоспроможність, сприяючи створенню позитивного іміджу на

внутрішньому та світових ринках і одержанню додаткових конкурентних переваг.

Література:

1. Gryshova I. Yu., Shestakovska T. L., Glushko O. V. The economic measurement of convergence of institutional impact on the sustainability of development *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. – 2017. – №4. – С.75-80.
2. Gryshova I. Ju., Yanchuk A. O., Shestakovska T. L. The mechanism for implementing the functions of consumerism in market conditions. *Науковий вісник Полісся*. – 2016. – № 1 (9). Ч. 1. – С. 93-101.
3. Gryshova I., Negodenko S., Shestakovska T. The methodological principles of determining the level of performance of the functions of consumerism. *Науковий вісник Полісся*. – 2017. – № 3 (11). Ч. 1. – С. 62-67.
4. Shabatura T. S., Kravchuk A. A., Hnatieva T. M. Model of economic development enterprise in the context of European integration. *Науковий вісник Полісся*. – 2017. – № 3 (11). Ч. 2. – С. 89-94.

*XV Міжнародна науково-практична  
інтернет-конференція*

**«РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ НАУКИ:  
ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА, ІННОВАЦІЇ»**

**Тези доповідей**

**Частина 2**