



УНІВЕРСИТЕТ
Короля Данила

СПІВДРУЖНІСТЬ НАУК:

АРХІТЕКТУРА, ЕКОНОМІКА, ПРАВО

**МАТЕРІАЛИ
ІХ ВСЕУКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСЬКОГО
НАУКОВОГО СИМПОЗІУМУ**

19-20 Листопада 2021 року

Івано-Франківськ-2021

УНІВЕРСИТЕТ КОРОЛЯ ДАНИЛА

СПІВДРУЖНІСТЬ НАУК:
АРХІТЕКТУРА, ЕКОНОМІКА, ПРАВО

Матеріали
IX Всеукраїнського студентського
наукового симпозіуму

19-20 листопада 2021 р.



Івано-Франківськ-2021 р.

УДК 001.2:725:33:34

Співдружність наук: архітектура, економіка, право: матеріали ІХ Всеукраїнського студентського наукового симпозиуму (м. Івано-Франківськ, 19-20 листопада 2021 року). – Івано-Франківськ: Редакційно-видавничий відділ Університету Короля Данила, 2021. 309 с.

Cooperation of sciences: architecture, economics, law: documents of IX All-Ukrainian Student Scientific Symposium (Ivano-Frankivsk, 19-20 November 2021). – Ivano Frankivsk: Editorial publishing department of University King Danylo, 2021. 309 p.

Рекомендовано до друку Вченою радою Університету Короля Данила (протокол №3 від 28.10.2021 р.)

У збірнику опубліковано матеріали ІХ Міжнародного студентського наукового симпозиуму «Співдружність наук: архітектура, економіка, право» (19-20 листопада 2021 року).

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

ЗМІСТ

Бабійський Д. І. КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНО-ЗАБЕЗПЕЧУВАЛЬНИХ ПРАВОВІДНОСИН ТА ЇХ ЗАКРІПЛЕННЯ В ОСНОВНОМУ ЗАКОНІ УКРАЇНИ.....	11
Баб'юк В.В. ПОПАРТ ТА СУЧАСНЕ УКРАЇНСЬКЕ МИСТЕЦТВО...	17
Баб'юк Р.В. ПАНОПТИКОН В ДИТЯЧОМУ САДКУ.....	19
Білоус Л. М. РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ УСТАНОВИ «ДЕРЖАВНИЙ ФОНД СПРИЯННЯ МОЛОДІЖНОМУ ЖИТЛОВОМУ БУДІВНИЦТВУ» ЯК НЕБАНКІВСЬКОГО ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО ПОСЕРЕДНИКА НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ.....	21
Богуш Н.В. СВІТОВИЙ ДОСВІД ПРОЄКТУВАННЯ ФУТБОЛЬНИХ СТАДІОНІВ НА ОСНОВІ «ПАРК де ПРЕНС».....	25
Бойчук І. Я. ОСОБЛИВОСТІ АРХІТЕКТУРНО-ПЛАНУВАЛЬНИХ ТА ОБ'ЄМНО-ПРОСТОРОВИХ РІШЕНЬ ГРОМАДСЬКИХ ЗАКЛАДІВ НА ПРИКЛАДІ СУЧАСНОГО ТОРГОВОГО ЦЕНТРУ З РОЗВИНУТОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ.....	28
Бойчук Ю.В. СТРІМКИЙ РОЗВИТОК АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ. РОЛЬ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У СУЧАСНОМУ СВІТІ.....	33



Бориловська В.В. ПЕРСПЕКТИВИ ВІТЧИЗНЯНОЇ ДИСТРИБУЦІЇ ТОВАРІВ.....	36
Блашків Т.В. НОВІТНІ МЕХАНІЗАЦІЇ БУДІВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ...	39
Витвицька Е.Ю. ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: СУТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ.....	44
Відливана І. М. КОНСТИТУЦІЙНІ ОСНОВИ ПРЕЗУМПЦІЇ НЕВИНУВАТОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОВЕДЕНОСТІ ВИНИ В КРИМІНАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ.....	49
Вінтоняк І.В. ТЕХНОЛОГІЯ РОБІТ ПО РЕМОНТУ КОНСТРУКЦІЙ БУДІВЕЛЬ І СПОРУД.....	52
Войтина М.В. ПРОБЛЕМА ВІЗУАЛЬНОГО ЗАБРУДНЕННЯ МІСТА ІВАНО-ФРАНКІВСЬК.....	55
Грицак Ю.В. ТУРИСТИЧНІ ПРИТУЛКИ В КАРПАТАХ: ІСТОРІЯ, ОСОБЛИВОСТІ, ЗНАЧЕННЯ.....	57
Громосяк У. М. КНИГИ, ЯКІ ДОПОМОЖУТЬ МОЛОДОМУ ДИЗАЙНЕРУ.....	61
Дяків Н. І. ЛІНГВІСТИЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ І КУЛЬТУРА ЮРИСТА.....	65
Драч А. М. ЛОГОТИП У ВІЗУАЛЬНІЙ ІДЕНТИЧНОСТІ БРЕНДУ.....	69

Дрозд Н.Б. РОЗВИТОК БАРОКО В РИМІ.....	74
Дронь Д. А. ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ.....	77
Зеленюк М.Р., Селешій О.В. DIGITAL БРЕНДИНГ, ЯК НОВИЙ ВИД МАРКЕТИНГУ В ЦИФРОВУ ДОБУ.....	82
Іванишин С. В. ВПЛИВ РЕЛЬЄФУ НА АРХІТЕКТУРУ БУДІВЛІ.....	86
Іванців М.І. ХАРАКТЕРИСТИКА ПСИХОЛОГІЧНОГО НАСИЛЬСТВА, ЯК ОДНОГО ІЗ ВИДІВ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЛЯ.....	90
Івасик В.В. УРБАН-ФЕРМИ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ОЗЕЛЕНЕННЯ В УМОВАХ МІСЬКОЇ ЗАБУДОВИ.....	93
Ілійчук Т. ПРОЕКТНА ПРОПОЗИЦІЯ РЕСТАВРАЦІЙНОГО РЕМОНТУ ДЕРЕВ'ЯНОГО ХРАМУ ВОЗНЕСІННЯ ГОСПОДНЬОГО В СЕЛІ УСТЕРІКИ ВЕРХОВИНСЬКОГО РАЙОНУ ІВАНО-ФРАНКІВ- СЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	96
Ільницька Х.І. ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ МОУШН-ДИЗАЙНУ В КУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ.....	99
Квацюк О. В. ОСОБЛИВОСТІ СПІВВІДНОШЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРАВ ТА СВОБОДИ У СУЧАСНИХ РЕАЛЯХ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	102



Кайдаш О.І. АПСАЙКЛІНГ ЯК НАПРЯМ В ЕКОДИЗАЙНІ.....	106
Катеринчук Ю. В. ПЛАСТИК: ПРОБЛЕМА ЧИ ПЕРСПЕКТИВА XXI СТОЛІТТЯ.....	109
Кічула Т.І. КОНЦЕПТУАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ ЩОДО ПРОЕКТУ- ВАННЯ І БУДІВНИЦТВА АРМАЦЕВТИЧНОЇ ФАБРИКИ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ..	112
Кухар К.А. ВЛАСНИЙ ДОСВІД І СПОСОБИ ВИРІШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ.....	117
Максимів Т. І. РОЛЬ ФІНАНСІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ В ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ ДЕРЖАВИ.....	121
Маціборко А. ГЕНДЕРНИЙ ВИМІР УКРАЇНСЬКОЇ ПОЛІТИКИ.....	123
Мельничук Б. В. УМОВНІ ЗНАКИ НА КАРТАХ БОПЛАНА І НА СУЧАСНИХ.....	129
Міняйло А. А. ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК ЗАСІБ ІДЕНТИФІКАЦІЇ: ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ.....	133
Морохова К.О. ПРАВДА СЛОВА І СИЛА В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ КЛАСИКІВ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ У СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ КОСМОСІ.....	138
Наконечний О.В. КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ БУДІВЕЛЬНО-МОНТАЖНИХ РОБІТ ТА ПРОДУКЦІЇ.....	142



Насадюк Т.В. КОЛІР БРЕНДУ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ЛЮДИНУ.....	146
Неспляк В.І. АБСТРАКТНЕ МИСТЕЦТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ.....	150
Озарко Н. Л. ПОДАТКОВА АМНІСТІЯ: ЯК ЦЕ ПРАЦЮЄ ТА ЯКУ РОЛЬ ЗІГРАЄ У ЖИТТІ УКРАЇНЦІВ?.....	152
Оліградський М. В. ІСТОРІЯ АРТ-ДИЗАЙНУ ТА ЙОГО ПОПУЛЯРНІСТЬ СЬОГОДНІ.....	159
Парипа Ю.Д., Жигалюк С.С., Юзюк А.С. КОЛОНІЗАЦІЯ МАРСУ.....	162
Погребенник Ю.Г. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РІЗНИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ФОНД-ЕНД З ТИПОВИМИ ЕЛЕМЕНТАМИ ІНТЕРФЕЙСУ В РІЗНИХ БРАУЗЕРАХ.....	167
Поковба А.Ю. ОБМЕЖЕННЯ ЦИВІЛЬНОЇ ДІЄЗАТНОСТІ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ, ПРАВОВИЙ СТАТУС ОСОБИ ОБМЕЖЕНОЇ В ДІЯЄЗДАТНОСТІ ЯК СТОРОНИ ЦИВІЛЬНОГО ПРОВАДЖЕННЯ.....	169
Радзіх Т.І. ВСТАНОВЛЕННЯ БІОНІКИ ЯК НАУКИ.....	173
Решивська Я.В. ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ ПРИНЦИПІВ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАЦІ.....	176
Риштик Н.І. БРЕНД І БРЕНДИНГ: СТВОРЕННЯ І ПРОСУВАННЯ....	183



Рогужинська Н.І. МУРАЛИ, ЯК ВИД МИСТЕЦТВА.....	187
Семенюк П.М. СЛОВНИКОВЕ ЗБАГАЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ПІД ВПЛИВОМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ.....	190
Симотюк А.С. ЛОГІСТИЧНІ РІШЕННЯ У ТРАНСПОРТНІЙ ЛОГІСТИЦІ.....	193
Соболевська Р. І. ЦИВІЛЬНА ДІЄЗДАТНІСТЬ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ.....	196
Скірчук В. В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕРЕЖ АТМ.....	200
Стецька Н.В. СКАНДИНАВСЬКА ТЕХНОЛОГІЯ БУДІВНИЦТВА КАРКАСНОГО БУДИНКУ: ОПИС, ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ РОБІТ.....	203
Струк Ю.В. СУЧАСНИЙ СТАН ДІЯЛЬНОСТІ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ УСТАНОВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ.....	209
Тафій Є. І. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	213
Терехович Н.О. ТИПОГРАФІКА ЯК СУЧАСНИЙ ВИД МИСТЕЦТВА.....	218
Федак О.О. ПІЛОТНІ РІШЕННЯ ПО НЕВИКОНАННЮ СУДОВИХ РІШЕНЬ В УКРАЇНІ.....	222
Філіпова Л.П. КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ: ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ....	226

Фодчук Н. І. ВПЛИВ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ НА ПРАВА ЛЮДИНИ.....	231
Хамурда В.І. ІМПОРТ ДОВГОСТРОКОВИХ АКТИВІВ: ПЕРВІСНА ВАРТІСТЬ ТА ОБЛІКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ КУРСОВИХ РІЗНИЦЬ.....	235
Штефура С. ПРИЧИНИ ДЕЛІНКВЕНТНОЇ ПОВЕДІНКИ В НЕПОВНОЛІТНІХ.....	239
Бажан О.О. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ДІАЛЕКТИЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕОДОСІЯ БОРЕЦЬКОГО ІСТОРИЧНОЇ ПОВІСТІ ІВАНА ФРАНКА «ЗАХАР БЕРКУТ»).....	244
Гуменюк О. Г. ВПЛИВ КЛАСИЧНОЇ МУЗИКИ МУЗИКИ НА ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ.....	249
Грималюк М. В. ТИПОЛОГІЯ ПЕРЕКЛАДІВ У СВІТЛІ СУЧАСНОЇ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ТРАДИЦІЇ.....	252
Деркач Н.С. ПЕРЕКЛАД БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ.....	256
Дяків Н.І. АНТОНІМІЧНИЙ ПЕРЕКЛАД.....	261
Дронюк О. І. СУЧАСНІ УСНІ ПЕРЕКЛАДИ: ВИМОГИ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ.....	265
Іванишин К. В. ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ.....	270



Козловська Л. Є. ПЕРЕСПІВ ЯК ВИД ПЕРЕКЛАДУ.....	274
Лепко А.І. ІНТЕРАКТИВНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.....	279
Луцик І.Б. «ФАЛЬШИВИ ДРУЗИ ПЕРЕКЛАДАЧА» СЕРЕД ПРОФЕСІЙНОЇ СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ ТА ТЕРМІНОЛОГІЇ.....	284
Пасічняк Б. М ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ.....	289
Попадинець С.Р. ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ СПОРТИВНОЇ ЛЕКСИКИ.....	293
Починок А.І. ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ.....	296
Плещинська Ю. А. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІБЛЕЇЗМІВ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ.....	299
Сенчук В. М. ПЕРЕКЛАД-КАЛЬКА.....	303



Бабійський Д. І.

молодший фаховий бакалавр

Науковий керівник:

Луцький Роман Петрович

доктор юридичних наук, професор,

директор Науково-дослідного інституту

імені Академіка Івана Луцького

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВА ХАРАКТЕРИСТИКА СОЦІАЛЬНО-ЗАБЕЗПЕЧУВАЛЬНИХ ПРАВОВІДНОСИН ТА ЇХ ЗАКРІПЛЕННЯ В ОСНОВНОМУ ЗАКОНІ УКРАЇНИ

Закріплення Конституцією України положення щодо забезпечення соціальних прав черговий раз засвідчує про спрямування української держави в напрямку її суверенності та демократичності. Цим самим створюється правове поле для забезпечення гідних умов життєдіяльності та розвитку особистості, які є не лише особистою справою самої людини та її родини, а підіймаються на урядовому рівні.

Метою ж урядової політики в соціальній сфері, структурним елементом якої є соціальний захист, можна визнати створення умов для вільного і всебічного розвитку особистості та гідного її існування. У нашій державі актуальною потребою продиктованою життєвою необхідністю є створення якісно нової системи соціального захисту населення та сім'ї як структурної одиниці суспільства.

В даний час поняття «соціального захисту» досить довільно трактується в сфері юриспруденції. Так, воно часто вживається і законодавцем – у численних нормативно-правових актах, і науковцями – у відповідних працях. При цьому відсутнє належне визначення і обґрунтування змісту та суті цього поняття.

У юридичну практику молодшої української держави дана категорія була введена Конституцією України. Так, в статті 46



зазначається, що громадяни мають право на соціальний захист, що включає право на забезпечення їх у разі повної, часткової або тимчасової втрати працездатності втрати годувальника, безробіття з незалежних від них обставин, а також у старості та інших випадках передбачених законом. При цьому навіть на законодавчому рівні не зберігається послідовність у змісті цього терміну.

Так, з юридичної точки зору соціальний захист розглядається як система державних гарантій для реалізації прав громадян на працю і допомогу на час безробіття, підтримання життєвого рівня населення через перегляд мінімальних розмірів основних соціальних гарантій за умови зростання цін на споживчі товари і послуги; надання державної допомоги і пільг та інших видів соціальної підтримки малозабезпеченим громадянам і сім'ям, які виховують дітей; матеріальне забезпечення при досягненні пенсійного віку, тимчасової або постійної втрати працездатності втрати годувальника тощо [2, с. 604].

Таким чином Ю. С. Шемшукенко розглядає поняття «соціального захисту» виключно як систему гарантій з боку держави, що покликана реалізувати конкретні різновиди прав людини, одним з яких є право на соціальний захист.

На мою думку, дане визначення є досконалим, але воно не враховує так званого суспільного контролю за державою в сфері дотримання та реалізації основних прав та свобод людини і громадянина.

Досить змістовною є позиція російських вчених, зокрема О.С. Мачульська, відзначаючи відсутність єдиної точки зору серед науковців щодо поняття «соціальний захист», звертає увагу на загально визнане його тлумачення у широкому та вузькому значенні. У широкому розумінні соціальний захист розглядають як діяльність держави, спрямовану на забезпечення процесу формування і розвитку повноцінної особистості, виявлення й нейтралізацію негативних факторів, що впливають на неї, створення умов для самовизначення й ствердження у житті. У вузькому значенні соціальний захист розглядається як су-

купність економічних і правових гарантій, котрі забезпечують додержання найважливіших соціальних прав громадян й досягнення соціально прийняттого рівня життя. Вважаючи, що соціальне забезпечення виступає складовою частиною соціального захисту, О.Є. Мачульська разом з тим зазначає, що соціальний захист включає також гарантії щодо охорони праці, здоров'я, оточуючого природного середовища, мінімальної оплати праці та інші заходи, які є необхідними для нормальної життєдіяльності людини і функціонування держави [8, с. 4].

Проаналізувавши зазначений підхід можна зробити наступні висновки. Категорія соціального захисту виходить за межі соціального забезпечення і є значно ширшою за змістом. Вона додатково включає цілий ряд відносин, які регулюються іншими галузями права, зокрема такими, як трудове право, екологічне, адміністративне, фінансове та інші. Крім того, термін «соціальний захист» слід застосовувати як одне з основних соціальних прав людини, які закріплені міжнародно-правовим актами. Так, Європейська хартія про основні права трудящих у статті 12 містить права у галузі соціального забезпечення, а у статті 13 додатково закріплює права на соціальну та медичну допомогу. Аналіз останнього положення свідчить, що мова йде про соціальний захист малозабезпеченої особи, який не може бути відображений поняттям соціального забезпечення попередньої статті.

Вітчизняні науковці, зокрема Ю. Кравченко визначення поняття «соціальний захист» дає на основі аналізу історії виникнення рухів за правовий та соціальний захист прав людини. Так, соціальний захист він розглядає, насамперед, як певне середовище, яке на основі економічних та культурних реалій створює умови для сприятливого індивідуального розвитку особистості, реалізації її творчих здібностей [5, с. 13].

Таким чином він акцентує увагу на так званому зовнішньому виразі цього поняття, але при цьому підході відсутнє намагання визначити зміст та спрямованість даної категорії.

Достатньо уваги в даній сфері приділено Н. Болотіною.



Вона акцентує увагу на тому, що поняття «соці-альний захист» охоплює, крім права на соціальне забезпечення, й інші соціальні права, зокрема, право громадян, які потребують соціального захисту, на отримання житла безоплатно або за доступну для них плату (ч. 2 ст. 47 Конституції України), право на достатній життєвий рівень (ст. 48), право на охорону здоров'я (ст. 49), право на безпечне для життя і здоров'я довкілля (ст. 50), право на освіту (ст. 53) [1, с. 35].

По суті авторка підтримує позицію, висунуту російськими ученими, але робить це на основі законодавства нашої держави намагаючись розкрити його зміст на основі законодавчого закріплення.

Термін «соціальний захист», на думку І. Сироти, належить до функції держави, що означає турботу про матеріальне забезпечення непрацевдатних громадян. Саме для здійснення цієї функції створений спеціальний орган державної виконавчої влади – Міністерство праці та соціальної політики України [12, с. 10].

Можна погодитись з тим, що соціальний захист слід застосовувати для означення функції держави, але це визначення видається досить обмеженим, оскільки, як видно із змісту різних правових норм, здійснюючи соціальний захист, держава не обмежується лише матеріальним забезпеченням і не звужує коло осіб до непрацевдатних громадян. До того ж таке визначення прийнятне для соціального забезпечення.

До функцій держави щодо соціального захисту населення, крім надання гарантованої матеріальної, натуральної та інших видів державної допомоги, Г. Кучер відносить також надання безоплатних консультацій, інформації, розробку державних регіональних програм із соціального захисту (охорону здоров'я, материнства, забезпечення зайнятості, вирішення проблем інвалідності, пенсійне, матеріальне забезпечення тощо) різних категорій населення, створення умов для реалізації тих чи інших видів соціального забезпечення на місцях, підготовку і прийняття нормативних актів, що регулюють життєвий рівень на-

селення; створення нових структур, робочих місць, умов праці, різних видів послуг, що поліпшують життя найменш захищених верств населення [6, с. 60].

Цьому визначенню бракує конкретизації та системності викладу. Оскільки, перелічені заходи доцільно було б згрупувати за спільними ознаками і подати в більш упорядкованому вигляді, а вони представлені як простий перелік.

Деякі вчені до поняття «соціальний захист» включають сукупність закріплених у Конституції України правових гарантій, спрямованих на забезпечення основних прав і свобод громадян, якими керуються у своїй діяльності органи законодавчої, виконавчої та судової влади, контрольно-наглядові органи і органи місцевого самоврядування, які виступають у вигляді форм, засобів та методів їхньої діяльності [9, с. 39].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Болотіна Н. Право людини на соціальне забезпечення в Україні: проблеми термінів і понять. Право України. 2000. № 4. С.18-22.
2. Великий енциклопедичний юридичний словник. За ред. акад. НАН України Ю.С. Шемшущенка. 2-ге вид., переробл. і доповн. К.: Вид-во «Юридична думка», 2012. 1022 с.
3. Дрозд І.К. Формування механізму соціального захисту сільського населення в умовах ринкової економіки України: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Кіровоград. 1997. 35 с.
4. Єрмоловська О.Ю. Соціальний захист як фактор стабілізації життєвого рівня населення в умовах трансформаційної економіки: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Х., 1996. 31 с.
5. Кравченко Ю.Ф. Актуальні проблеми реформування ОВС України (організаційно-правові питання: Автореф. дис. канд. юр. наук. Харків, 1998. 33 с.
6. Кучер Г.М. Удосконалення системи соціального захисту населення. Проблеми соціального захисту в Україні: Матері-



- али науково-практичної конференції (20-21 червня 2016 р.). Львів 2016. 348 с.
7. Куницький Р.Й. Соціальний захист населення в умовах переходу до ринкової економіки: Автореферат дисертації на здобуття вченого ступеня кандидата економічних наук. – Львів. 1995. – 33 с.
 8. Мачульская Е.Е. Право социального обеспечения: Учебное пособие для вузов. 2-е изд., М., 1999. – 389 с.
 9. Марцеляк О. В. Конституційно-правовий механізм соціального захисту громадян України. Проблеми соціального захисту в Україні: Матеріали науково-практичної конференції (20-21 червня 2016 р.). Львів 2016. 348 с.
 10. П. Рабінович, О Панкевич. Соціальне право: деякі питання загальної теорії / П. Рабінович, О. Панькевич // Право України. – 2003. № 1. – С. 28-30.
 11. С. Приходько. Держава і соціальний захист громадян / С. Приходько // Право України. – 2019. № 9. – С. 41-44.
 12. Сирота І. М. Право соціального забезпечення в Україні: Підручник. – Х.: Одісей, 2001. – 428 с.
 13. Хом'як І.К. Формування системи соціального захисту сільського населення в радіоактивних забруднених районах: Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – К., 1996. – 33 с.



Баб'юк В.В.

студентка групи Дс-2018 -1

Науковий керівник:

І.Я. Матоліч

канд. мистецтв., доц. кафедри дизайну

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ПОПАРТ ТА СУЧАСНЕ УКРАЇНСЬКЕ МИСТЕЦТВО

Попарт – це напрям в образотворчому мистецтві, який виник в 1950-1960-х роках. Проте і сьогодні деякі художники звертаються до нього, адже у наш час явище масової культури набрало величезних обертів, як і проблеми надмірного споживання.

Якщо вивчати це мистецьке явище крізь призму української культури, то чистого попарту на наших теренах не існувало, але багато українських художників користувались і досі користуються деякими прийомами, що властиві лише попарту [3].

Попарт – це яскравість, надмірність та нестримане споживання масової продукції [3]. Одним з українських митців, що досліджував межі елітарної та масової культури є Вінні Реунов. У своїх творах він використовує логотипи українських брендів, персоналій, політиків задля того, щоб простежити еволюцію культури України та зібрати колекцію знакових образів, а також простежити ці зміни в контексті світових цінностей [1].

Київська галерея Portal 11 проводила виставку, де зібралось 13 молодих художників, які працюють в стилі попарту. Найбільш помітними в експозиції були роботи Катерини Шадріної та Костянтина Мілітинського. Їх твори висміюють візуальні образи, які насаджував Радянський Союз та допомагають від-рефлексувати явища масової культури в Україні [2].

Одним з проєктів, який зачепив тему попарту є «Традиції. Ребрендинг», де було представлено кілька полотен, на яких художник малював традиційний рушник, зображуючи або «вишиваючи» на ньому дерево з елементами української етніки. Автор вплітав у нього логотипи різних популярних брендів аби



підкреслити глибину проблеми надмірного споживання та глобалізації, які проникли в нашу повсякденність.

До поп-арту також звертається українська художниця Жанна Кадірова, яка створила проєкт «Діаманти». Це серія об'єктів, різних за розміром, які мають вигляд діамантів та обкладені керамічним кахлем. Поєднання саме цих елементів підкреслює різницю в соціальних статусах, адже кахель – матеріал доступний та умовно дешевий, а діамант – очевидний символ багатства. Таким чином художниця хотіла зробити об'єкти розкоші доступними для розуміння звичайним людям [2].

Часто українські художники використовують елементи попарту. Так, художник Іван Семесюк створив проєкт, який започаткував таке явище як жлобарт, який став реакцією на проблеми українського суспільства. Причому, цей задум не планувався як щось, що надалі переросте у течію в українському мистецтві, яка використовує образи лише вітчизняної масової культури, образи національних символів, висміюючи узагальнений портрет української масової людини.

Таким чином, попарт є одним із найексцентричніших напрямів у мистецтві. Хоча в Україні він не набув ні культового статусу, ні визнання, ні поширення, проте це не означає повної його відсутності у вітчизняному культурному просторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Щербенко М. Українські послідовники поп-арту: веб-сайт. URL: www.shcherbenkoartcentre.com/uk/publications/marina-shherbenko-uk/ukrainskie-posledovateli-pop-arta-marina-shherbenko-ukrainska-kultura-5-2014/ (дата звернення 16.10.2021).

2. 12 виставок вересня: український попарт і артпростір у Мистецькому Арсеналі: веб-сайт. URL: www.the-village.com.ua/village/culture/art/301465-12-veresnya-ukrayinskiy-pop-art-ta-sport-prostir-u-mistetskomu-arsenali (дата звернення 16.10.2021).

3. Літературознавча енциклопедія: у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ: ВЦ «Академія». 2007. Т. 2. С. 245.

**Баб'юк Р.В.**

студент групи МАс - 2021

Науковий керівник:

ст. викл. **Кизимишин Л. П.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ПАНОПТИКОН В ДИТЯЧОМУ САДКУ

Паноптикон – різновид тюремної будівлі, розроблений англійським філософом Джеремі Бентамом (англ. Jeremy Bentham) 1785 року. Концепція розробки полягає в тому, що наглядач має можливість спостереження (-оптикон) за всіма (-пан) ув'язненими, в той час, як ув'язнені не мають можливості з'ясувати, чи ведеться за ними спостереження [1].

Сам Бентам описував Паноптикум як «новий спосіб отримання влади одного розуму над іншим, без прикладів застосування понині» [2]. В іншому місці, а саме, у листі, він описує Паноптикум як «млин, що перемелює злодіїв на чесних людей» [3].

Паноптикон, архітектурна форма в'язниці, креслення якої були опубліковані Джеремі Бентамом в 1791 році. Він складався з круглої резервуарної конструкції зі скляним дахом і камерами вздовж зовнішньої стіни, які були повернуті до центральної ротонди. Охоронці могли тримати всіх в'язнів в оточуючих камерах під постійним наглядом.

Хоча нова ідея Бентама не була повністю прийнята в планах пенітенціарних установ, побудованих в той час,но її дизайн явно вплинув на подальше будівництво. Наприклад, Виправний центр Стейтвілль, в'язниця недалеко від Джоліет, штат Іллінойс, США, включає в себе основні риси паноптикону.

В теперішньому світі ми постійно перебуваємо в паноптиконі, камери і телеметрія стала не від'ємною частиною нашого життя, хоч ми і цього не помічаємо. До прикладу в Південній Кореї неможливо зробити злочин на вулиці непоміченим, камери повсюду, з функціями розпізнавання лиця, що залишає будь яких можливостей залишитись непоміченим. З одного



боку “паноптикон” нам допомагає, він на психологічному рівні заставляє людей декілька раз подумати, чи робити злочин, чи спостерігають за ним зараз, а з іншого боку це постійна тривога і в кожній людині вона проявляється по різному.

Хорошим прикладом паноптикону є - Дитячий садок “Фудзі” в Токіо, Японія, спроектований в 2007 році архітектурним бюро “Tekuza Architects” побудований в формі круга з відкритою кришою, яка слугує дитячим майданчиком. В будівлі мінімум стін, планування класних кімнат зведено до мінімуму, немає акустичних бар’єрів. Перший поверх невисокий, це зроблено для того щоб з землі можна було бачити дітей, які розважаються на даху.

Таке планування будівлі дозволяє дітям більш активніше адаптуватись до соціуму, оскільки немає обмежень у вигляді стін між класними кімнатами, одна велика спільна дитяча площа, відсутність стін також допомагає дітям зрозуміти коли їм можна шуміти, а коли не варто. Не потрібно переживати за дитину якщо вона захотіла піти собі кудись погуляти, адже вся будівля один великий круг, рано чи пізно вона повернеться в те місце, з якого втекла, тим більш її постійно видно.

В такому місці, паноптикон покращує дітям концентрацію, дає більше свободи, за рахунок того, що дітей завжди видно, вони краще атлетично розвинені, більш простіше адаптуються до соціуму, постійно між собою контактують.

Паноптикон - інструмент, завдяки якому можна контролювати людей не відволікаючи їх від життя, чи то в тюрмах, чи то в школах чи дитячих садках, чи громадських будівлях. Якщо кожна людина може бачити кожну людину, шанс щось не помітити значно знижується, люди контролюють навколишніх людей нічого для цього не роблячи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Lang, Silke Berit. «The Impact of Video Systems on Architecture», дисертація, Swiss Federal Institute of Technology, 2004.

2. Bentham, Jeremy. Panopticon (Preface) Архівовано 11 лютий 2004 у Wayback Machine.. In Miran Bozovic (ed.), The Panopticon Writings, London: Verso, 1995, 29-95.

Білоус Л. М.

студентка групи МФз-2020

Науковий керівник:

Тимоць М.В.

к.е.н., доц., професор

кафедри управління та адміністрування

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ СПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ФІНАНСОВОЇ УСТАНОВИ «ДЕРЖАВНИЙ ФОНД СПРИЯННЯ МОЛОДІЖНОМУ ЖИТЛОВОМУ БУДІВНИЦТВУ» ЯК НЕБАНКІВСЬКОГО ФІНАНСОВО-КРЕДИТНОГО ПОСЕРЕДНИКА НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

В сучасних умовах поглиблення економічних відносин важливу роль у розширенні доступу фізичних та юридичних осіб до фінансових послуг відіграють небанківські фінансові установи. Функціонування цих установ сприяє стимулюванню фінансово-економічних відносин між суб'єктами економіки на мікро-, мезо- та макроекономічному рівнях.

Одним із так званих небанківських фінансово-кредитних посередників на ринку фінансових послуг є Державна спеціалізована фінансова установа «Державний фонд сприяння молодіжному житловому будівництву» (далі – Держмолодьжитло). Розглянемо діяльність даної організації та її роль на ринку фінансових послуг в Україні.

Окремі аспекти впровадження молодіжної житлової політики висвітлено такими представниками вітчизняної науки, як Я.П. Авраменко, Р.Й. Бачо, І.Л. Боднарук, М.Ф. Головатий, В.І. Кравченко, В.О. Омельчук, Є.А. Соколовський, П.І. Шестопа-



лов та інші. Зокрема, Я.П. Авраменко у своєму дослідженні розглянула правову природу та зміст публічно-управлінського впливу на цю сферу іпотечного кредитування та ефективно адміністративно-правове забезпечення іпотеки в Україні [1, с. 4]. В.О. Омельчук у своїх працях дослідив проблеми молодіжної житлової політики та житлового забезпечення населення, запропонував з метою реалізації державної, регіональних і місцевих житлових програм Урядом України шляхом реорганізації існуючої Державної спеціалізованої фінансової установи «Державний фонд сприяння молодіжному житловому будівництву» створити Державну житлову корпорацію України (далі – ДЖКУ), яка має стати відповідальним виконавцем всіх бюджетних програм [4, с. 25], М.Ф. Головатий [2] висвітлив основні принципи, напрями та механізми реалізації державної молодіжної політики, В.І. Кравченко [3] дослідив державні програми, які стимулювати б розвиток житлового ринку.

Засновником Держмолодьжитла є держава в особі Кабінету Міністрів України (частка засновника в статутному капіталі – 100%), уповноваженим органом управління Держмолодьжитла є Міністерство розвитку громад та територій України. Органами управління Держмолодьжитла є наглядова рада та правління. Наглядова рада Держмолодьжитла здійснює нагляд за його діяльністю та виконанням його завдань.

Держмолодьжитло є юридичною особою, має самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку із зображенням Державного Герба України та своїм найменуванням. Нагляд за діяльністю Держмолодьжитла, як фінансової установи, забезпечується Національним банком України та Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку (діяльність з управління майном для фінансування об'єктів будівництва та/або здійснення операцій з нерухомістю). Метою діяльності Держмолодьжитла є сприяння проведенню державної житлової політики. Держмолодьжитло має регіональні управління в усіх областях України, через які забезпечує виконання державних та місцевих програм будівництва та придбання житла.

Держмолодьжитло – це унікальний інструмент державної житлової політики, який реалізує різноманітні механізми державної підтримки громадян у їх прагненні здобути власне житло.

На сьогодні Держмолодьжитлом реалізується програма кредитування молоді за рахунок власних коштів (відсоткова ставка дорівнює обліковій ставці НБУ), програма кредитування внутрішньо переміщених осіб, учасників АТО/ООС на придбання житла (3% річних), а також програма кредитування внутрішньо переміщених осіб за рахунок грантових коштів уряду Німеччини, що надаються через Банк Розвитку KfW (3% річних). Держмолодьжитло є виконавцем понад 126 місцевих житлових програм по всіх регіонах України.

Крім того, на обслуговуванні Держмолодьжитла знаходяться договори за раніше виданими кредитами по програмам, фінансування яких з коштів Державного бюджету на сьогодні не відбувається: кредитні договори про надання пільгових довгострокових кредитів молодим сім'ям та самотнім молодим громадянам; договори про надання часткової компенсації відсоткової ставки за кредитами комерційних банків наданих на будівництво або придбання житла; договори здешевлення вартості іпотечних кредитів для забезпечення доступним житлом громадян, які потребують поліпшення житлових умов; кредитні договори з Об'єднаннями співвласників багатоквартирних будинків та підприємствами, які працюють у сфері житлово-комунального господарства [5].

Незважаючи на велику кількість публікацій і значні досягнення в дослідженні проблематики молодіжної житлової політики, питання щодо розширення нових можливостей із запровадження ефективних механізмів реалізації державних програм молодіжного житлового кредитування, де одним з них може слугувати доступне іпотечне кредитування, нині залишаються невирішеними.

Держмолодьжитло займається кредитуванням житлового будівництва, є посередником між державою (державними кош-



тами) і клієнтом (людиною, яка бажає взяти кошти в кредит на квартиру). Клієнтами (позичальниками) можуть бути особи різних вікових категорії населення, відповідно до програм державної підтримки. Держмолодьжитло співпрацює з органами Державного казначейства України, банківськими установами, будівельними та страховими компаніями.

Отже, забезпечення раціональної та збалансованої в усіх напрямках державної політики у сфері молодіжного житлового будівництва потребує вдосконалення механізмів державного регулювання цієї сферою. Необхідно сформувати комплексні ефективні механізми державної політики у сфері молодіжного житлового будівництва на основі вдосконалення організації діяльності Державного фонду сприяння молодіжному житловому будівництву та регіональних управлінь. У цьому контексті актуальним є завдання оптимізації функцій усіх суб'єктів державної політики у сфері молодіжного житлового будівництва на основі аналізу, оцінювання відповідності здійснюваних ними функцій законодавчо визначеним цілям державної політики у сфері молодіжного житлового будівництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Авраменко Я.П. Адміністративно-правове забезпечення іпотечного кредитування в Україні [Текст] : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07; Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль, 2020. 23 с. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/38569/1/aref-avramenko-na-sait.pdf> (дата звернення: 08.10.2021)

2. Головатий М.Ф. Державна молодіжна політика як феномен суспільного розвитку і нова парадигма державотворення у країнах перехідного стану. Укр. соціум. 2002. № 1. С. 54–62. URL: https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2002/01/54-62__no-1__vol-1__2002__UKR.pdf (дата звернення: 07.10.2021)

3. Кравченко В.І. Фінансові та економічні проблеми реалізації в Україні державної програми «Доступне житло». Інвестиції: практика та досвід. 2013. № 9. С. 4–7. URL: <http://www.>

investplan.com.ua/pdf/9_2013/3.pdf (дата звернення: 08.10.2021)

4. Омельчук В.О. Пропозиції щодо розробки нової стратегії житлової політики в Україні. Економіка та держава. 2017. № 12. С. 23-26. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2017_12_6 (дата звернення: 08.10.2021)

5. Офіційний вебсайт Державного фонду сприяння молодіжному житловому будівництву. URL: <https://www.molod-kredit.gov.ua/pro-fond> (дата звернення: 06.10.2021)

Богущ Н.В.

студентка групи МАС-2021

Науковий керівник:

ст. викл. **Кизимишин Л.П.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

СВІТОВИЙ ДОСВІД ПРОЄКТУВАННЯ ФУТБОЛЬНИХ СТАДІОНІВ НА ОСНОВІ «ПАРК де ПРЕНС»

Стадіон Парк де Пренс в даний час вміщує 47 929 глядачів. Пережив кілька реконструкцій. Легендарний паризький стадіон протягом багатьох років залишався головною футбольним майданчиком Франції. Сьогодні Парк де Пренс продовжує залишатися найулюбленішою і найбільш відвідуваною парижанами спортивною ареною. Він брав 33 фінали Кубка Франції, два фінали Чемпіонатів Європи, багато ігор під егідою FIFA і UEFA. На стадіоні проходять не тільки спортивні змагання, а й концерти, виставки, маніфестації, шоу і т.д. [1].

Стадіон розташований на південно-західному кордоні французької столиці, неподалік від південно-східної околиці Булонського лісу [1].

Варто відзначити, що Парк де Пренс завжди був дуже популярний. Незважаючи на те, що найбільшим стадіоном Парижа багато років був Стад. Олімпік в передмісті Коломб, побудований в 1907 році і реконструйований до Літніх Олімпійських



ігор 1924 року, на майданчиках Парк де Пренс по кілька разів на тиждень проводилися футбольні матчі та інші змагання. Формально Стад. Олімпік залишався головним стадіоном столиці аж до завершення нової, довгої і складної реконструкції Парк де Пренс, що тривала з 1967 по 1972 рік. Однією з основних причин цієї реконструкції Парк де Пренс стало будівництво в безпосередній близькості від нього дороги Бульвар Періферік - швидкісної автостради, що оперізує французьку столицю. Спорудження тунелю, необхідного на цій ділянці автостради, зажадало знесення частини трибун і практично поставило під питання існування історичного стадіону. Однак завдяки наполегливості громадськості і преси, а також скурпульозної роботи проєктувальників було знайдено компромісне рішення: здійснено перепланування арени і практично заново споруджений складний архітектурний ансамбль [3].

Реконструкція арени Парк де Пренс почалася з повного демонтажу велотреку, до глибокого розчарування любителів велоспорту. Новий стадіон Парк де Пренс був задуманий, спроектований і побудований, як стадіон найвищого рівня, який був настільки необхідний в той час для Парижа і всієї Франції.

Проєкт стадіону був розроблений найсильнішою командою фахівців з сучасної архітектури, очолюваної Роже Талібером (Roger Taillibert). Проєкт був дійсно оригінальним і складним і по-новому використовував багато можливостей такого матеріалу, як бетон, зокрема особливості збірних бетонних конструкцій. Наприклад, вертикальні елементи виступів, що мають радіус кривизни 7 м («ребер» стадіону), були використані, як опори для металоконструкцій навісу, який повністю закриває трибуни від негоди. Завдання евакуації дощових вод і снігу була вирішена за рахунок продуманої форми даху і відповідних систем, вбудованих в простір портиків споруди [2].

Цікавою знахідкою стало створення інтегрованого в спорудження комунікаційного тунелю, що використовується для проведення телерепортажів і освітлення майданчика стадіону. 172 вбудованих прожектора (від стовпів освітлення спочатку було

вирішено відмовитися), дозволили вперше добитися рівномірного освітлення (без тіней) і, відповідно, забезпечити високоякісне зображення в ході прямих телевізійних трансляцій матчів [4].

Трибуни стадіону вирішені, як двоступенева конструкція: нижній ярус розрахований на 23 000, верхній - на 27 000 глядачів. Трибуни підтримують 52 портика, розташовані по периметру стадіону, що представляє собою еліпс розміром 253 x 191 м. Обидва рівня трибун забезпечують прекрасний огляд поля, оскільки в конструкції будівлі відсутні будь-які опори [4].

Таким чином, команда архітекторів та інженерів довела, що великий сучасний стадіон може бути створений з бетону. Правда, розміри елементів конструкції були значними: обсяг кожної бетонної балки склав 250 куб. м, а опора порталів вимагала 250 кг армуючої сталі на 1 куб. м. об'єму. Багато принципових рішень цього проєкту були використані Роже Талібером при створенні в Монреалі Олімпійського стадіону до Ігор 1976 року.

Інавгурація нового стадіону Парк де Пренс відбулася в червні 1972 року, а вже в 1974 році він став резиденцією столичного футбольного клубу «Парі Сен-Жермен» і продовжує залишатися нею і сьогодні. До чемпіонату світу з футболу 1998 року на стадіоні Парк де Пренс, брав шість ігор чемпіонату, були проведені роботи по підвищенню рівня комфорту: замінені крісла у глядацькій зоні, збільшена трибуна для преси і т.д. З часу реконструкції, здійсненої під керівництвом Роже Талібера, зовнішній вигляд легендарного паризького стадіону практично не змінився. Монолітна, одночасно потужна і елегантна, хвилеподібна ребриста конструкція стадіону прекрасно інтегрована в середовище цього передмістя Парижа [1].

Спорт в житті французького суспільства традиційно займає дуже важливе місце. Сьогодні найпопулярнішими у Франції видами спорту є: футбол, регбі, теніс, велоспорт, автоспорт, лижний спорт, кінний спорт, гольф, легка атлетика, баскетбол. Футбол в цьому ряду займає особливе місце останнім часом збірна Франції вважається однією з найуспішніших в світі, число її



прихильників неухильно зростає. Зростає і кількість проведених в країні міжнародних, в тому числі футбольних, змагань, а значить, є необхідність будівництва нових і реконструкції існуючих спортивних споруд. І ці роботи в країні проводяться регулярно в залежності від цього формуються тенденції [1].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. <http://www.archjournal.ru/rus/2012read/201266-13.htm>
2. http://4ua.co.ua/constructionxb2bc78b5c43b89421316c37_2.html
3. <https://www.llentab.ua/stalevi-budivli/budivli-dlja-sportu/>
4. <https://doi.org/10.36074/chub.reconstruction-2021>

Бойчук І. Я.

студентка групи МАз-2020

Науковий керівник:

Гусар К. Д.

ст. викладач кафедри

архітектури та будівництва

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ОСОБЛИВОСТІ АРХІТЕКТУРНО-ПЛАНУВАЛЬНИХ ТА ОБ'ЄМНО-ПРОСТОРОВИХ РІШЕНЬ ГРОМАДСЬКИХ ЗАКЛАДІВ НА ПРИКЛАДІ СУЧАСНОГО ТОРГОВОГО ЦЕНТРУ З РОЗВИНУТОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ

Розвиток сучасних технологій, зменшення зон відпочинку в містах, нестабільність економіки і ряд інших чинників значно впливають на позиціонування та розвиток торгових центрів в нашій країні.

За даними Асоціації ритейлерів України в обласних центрах нашої країни налічується 119 ТЦ і ТРЦ, загальною площею більше 10 тис. кв. м. з них 39 торгових центрів і 80 торгово-розважальних центрів. Загальна орендна площа такої нерухомості становить 3.2 млн. кв. м., з яких майже 3 млн. це об'єкти нові

або реконструйовані за останні 15 років. За останні два роки спостерігається зростання роздрібного товарообігу, тому для відновлення купівельної спроможності великий простір ТРЦ є більш вагомим чинником, ніж орендована площа. На сьогоднішній день ТРЦ будуються з пропорцією 50/50, тобто 50% площі відводиться для створення лаунж зон, Shared space, комфортних зон відпочинку, в тому числі використовуючи прилеглі території [1].

За минулі десятиліття торгові комплекси і центри пройшли складний шлях розвитку. У житловій зоні було передбачено будівництво п'яти типів ТЦ. Торгові центри першого типу були передбачені для житлової зони з низькою щільністю забудови і передбачали приблизну кількість обслуговуваних покупців до 5 тис. чол. в день. Відповідно торгові центри інших типів були розраховані на щоденне відвідування від 8 до 24 тис. покупців. У складі всіх типів ТЦ в житловій зоні було рекомендовано наявність універсаму з торговою площею від 400 до 2000 кв. м, де приблизно 30% площі відводилося під продаж непродовольчих товарів, різних підприємств громадського харчування, комплексного приймального пункту побутового обслуговування, що має від 15 до 50 робочих місць, відділення зв'язку, ощадкаси, аптеки. Корінні зміни, що відбулися за останнє десятиліття в розвитку ТЦ, і розміщення торговельних підприємств визначили невідповідність до наведених типів ТЦ.

По району охоплення розрізняють ТЦ:

- Регіональні;
- Міські;
- Районні;
- ТЦ в житловій зоні.

По розташуванню ділянки забудови ТЦ можуть бути:

- Приміськими;
- Перебувають у ситуації, що частини міста.

За ознакою архітектурно-планувального рішення виділяють:

- Торгові вулиці з пішохідним рухом;
- Відкриті торгові центри;

- Комбіновані торгові центри з «відкритими торцями»;
- Криті торгові центри.

За розміром торгової площі виділяють:

- Невеликі – від 10 до 30 тис. кв. м.;
- Середні – від 30 до 50 тис. кв. м.;
- Великі – від 50 до 80 тис. кв. м..

За ознакою спеціалізації розрізняють:

- Спеціалізовані;
- Універсальні;
- Багатопрофільні ТЦ.

Типізація ТЦ є важливим елементом їх ефективного управління. В умовах загострення конкурентної боротьби за орендарів між керуючими компаніями існувати будуть лише ті ТЦ, які зможуть надати більш повне і якісне обслуговування з урахуванням інтересів цільових покупців, орієнтованих на конкретний торговий центр або комплекс [2].

На сьогоднішній день найбільшим в світі торгово-розважальним центром є Dubai Mall (рис.1), відкритий в 2008 році. Загальна площа – 1 мільйон квадратних метрів, – це більше, ніж 50 футбольних полів. На його території – не тільки більше тисячі магазинів і 120 ресторанів. Dubai Mall вмістив п'ятизірковий готель, кінотеатр з безліччю залів і найбільшими в світі екранами, тематичні розважальні майданчики для дітей будь-якого віку і багато іншого.

Розташований в Іспанії Сарагосі Puerto Venecia – найбільший центр в Європі. А унікальним його робить розташування: центр звели посеред великого штучного озера, де всі бажаючі можуть покататися на човні або відпочити на березі, обладнаному в вигляді пляжу з зонами відпочинку. У зимовий час озеро замерзає і стає відмінним льодовим катком. На території цього дивного торгово-розважального центру, яка становить 750000 кв. метрів: магазини, більше 10 кінотеатрів, зона для серфінгу, спортивні майданчики, скалодром, ресторани, кафе, тераси для відпочинку і зали для розважальних заходів.

Торгово-розважальний центр West Edmonton Mall побуду-

вали в Едмонтоні в 1981 році. І поки не було відкрито Дубай Молл, центр вважали найбільшим в світі - це відзначили в книзі рекордів Гіннеса. Сьогодні West Edmonton Mall носить титул найбільшого торгового центру Північної Америки. На площі 500 тис. кв. м. розташувалися 800 магазинів, розважальний парк Galaxy land, казино, контактний зоопарк, і аквапарк. «Фішкою» центру можна назвати два унікальних місця: це найбільший у світі критий басейн з двометровими штучними хвилями і басейн з дресированими морськими левами прямо посеред торгових залів.

Canal City Фукуока (рис.2), Японія – це один з найкрасивіших торгово-розважальний комплекс, ціле міні-місто, яке оточує штучний канал, був відкритий в 1996 році. По берегах є магазинчики, кафе і ресторани. Торговий центр цікавий своїми вражаючими фонтанами і водними фігурами в національному японському стилі. Також в торговому центрі можна відвідати кінотеатр, мюзикл-хол, театр і виставки мистецтв. Один з поверхів Canal City Фукуока займає Ramen Stadium, де знаходиться багато торгових точок з різними видами традиційної страви – локшини Ramen.

Торгові центри, в яких можна просто здійснювати покупки, відходять у минуле. Сьогодні – це найчастіше масштабні торгово-розважальні комплекси. Крім різноманітних торгових відділів, відвідувачі в них зможуть знайти розваги до душі, особливо, якщо вони прийшли туди з дітьми. У деяких країнах торгові центри виглядають як справжні «міста» – в них є цілі парки розваг, ігрові простору, атракціони, басейни, ресторани і навіть аквапарки [3].



Рис.1 Dubai Mall

Режим доступу –

<https://shen.ua/tendentsii-rynka/torgovye-centry-ukrainy-cifry/>



Рис.2 Canal City Фукуока

Режим доступу - <https://shen.ua/tendentsii-rynka/torgovye-centry-ukrainy-cifry/>

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Торгові центри України. Цифри, факти, тенденції - URL: <https://shen.ua/tendentsii-rynka/torgovye-centry-ukrainy-cifry/>
2. Типізація сучасних торгових центрів і комплексів - URL: https://stud.com.ua/119204/marketing/tipizatsiya_suchasnih_torgovih_tsentriv_kompleksiv
3. ТОП 10: самі грандіозні торгові центри Світу - URL: <https://www.griffin.ua/uk/news/our-news/top-10:-sami-grandiozni-torgovi-tsentri-svitu.html>



Бойчук Ю.В.

студентка групи ПЗс-2021-2

Науковий керівник:

асистент **Федик В. В.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

СТРИМКИЙ РОЗВИТОК АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ. РОЛЬ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

“Culture is framework in which we communicate” – Stephen Roberts

“Мова – коштовний скарб народу” – Іван Франко

Кожен письменник по-своєму зміг описати красу, неперевершеність, важливість мови. Неможливо не погодитись з їхніми словами, оскільки мова – це неймовірний дар, який даний нам, її потрібно вивчати, цінувати та зберігати. Бути багатомовним означає мати неабияке багатство, яке віддати, позичити комусь не можна, ним можна ділитись, передавати свої знання іншим. Як сказав Йоганн Вольфганг фон Гете: “Скільки мов ти знаєш стільки разів ти людина”.

Вже напевне ні для кого не секрет те, що на сьогодні міжнародною мовою вважають англійську, і це справді так. Близько 2 мільярдів людей розмовляють нею. Англійська мова є найпоширенішою у світі мовою за кількістю мовців і третя найпоширеніша мова за кількістю носіїв. Сполучені Штати Америки є найбільшою англомовною країною світу, яка має 300 мільйонів носіїв. Більшість носіїв англійської мови є американцями [1].

Сучасна англійська мова дійшла до нас у зміненому вигляді. Є безліч історій розвитку англійської мови. Відомо, що багато вчених досліджували цю мову, і кожен по-своєму трактує її розвиток. Але, все-таки, більшість вчених схиляються до наступної теорії. Англійська мова утворювалась не рік, не два, а впродовж довготривалого часу. Кожний народ, який проживав на території Британських островів вносив неабиякі зміни у неї.

Спочатку англійці розмовляли кельтськими мовами, коли в



449 році на них напали сакси і юти, їхні мови змішалися і утворився англо-саксонський діалект.

У 8 столітті нашої ери вікінги напали на Британські острови, їхня мова відрізнялась від мови, якою на той час спілкувались жителі. З часом мова жителів і вікінгів змішалась і утворилась староанглійська мова, яка була позбавлена більшості закінчень.

В 1066 на територію Британських островів набігло норманське військо, яке розмовляло французьким діалектом, саме вони відіграли одну з найважливіших ролей в утворенні сучасної англійської мови [2]. Племена змішалися, почали вдосконалювати, змінювати порядок слів у реченні, тому випали деякі закінчення, з'явилося багато запозичених слів з французької мови. Також, в той період була популярна латинська мова, тому так багато англійських слів запозичених з латинської та грецької мови. Отже, під впливом панування багатьох племен утворилась англійська мова, але на цьому її шлях розвитку не закінчився.

З часом народ почав вдосконалювати свою мову. Почали скорочувати вирази, перехід голосних вплинув на вимову мови. Також, внаслідок комунікації англійського народу з іншомовним народом в мові почали появлятися нові слова, фрази, вирази.

З розвитком орфографії та граматики почали друкувати книжки, словники англійською мовою. Оскільки коштували вони не дорого, багато людей могли дозволити собі купити таку книжку чи словник. Так почався період стрімкого розвитку англійської мови. Збільшилась кількість англійськомовних письменників, книжки яких почали цікавити людей з кожного куточку світу. Щоб прочитати чи перекласти англійську книжку, люди почали вивчати англійську мову. Також на захоплених територіях британці поширювали англійську мову. Відомо, що й досі на територіях, які колись належали британцям, англійська мова є другою державною мовою.

Багато вважають, що англійська мова є відносно простою в

порівнянні з іншими мовами, тому що вона має багато запозичених слів з інших мов. Тому англійська мова так швидко набула популярності за межами своєї країни.

Сьогодні англійська є державною мовою великої кількості країн і налічує безліч діалектів [4]. Її досліджували, змінювали, розвивали багато вчених впродовж багатьох років. Англійська належить до тих мов, що має найширший словниковий запас: (близько 250 000 відмінних слів; Оксфордський Словник Англійської мови налічує близько 600 000 слів, а Словник Вебстера – 475 000) [3].

Важко уявити сучасний світ без англійської мови. Це мова бізнесу, мова сучасних технологій, мова міжнародного спілкування. Сьогодні без англійської мови ніяк. Кожна цілеспрямована, розумна, кваліфікована людина повинна знати англійську мову [5]. Куди б ми не поїхали нам потрібні знання з англійської мови, щоб принаймні зрозуміти мешканців тієї чи іншої країни. Щоб вступити в будь-який заклад вищої освіти, знову ж таки, потрібні знання англійської мови. Багато навчального матеріалу, наукових робіт, книжок написанні англійською мовою, і щоб опанувати цей матеріал нам знадобляться знання з англійської.

Англійська мова має не аби який вплив на сучасні технології. Як відомо, сучасні технології охоплюють світ. Кожного дня фахівці з різних куточків світу утворюють нові винаходи. І ці винаходи, програми створюють і пишуть на англійській мові. Для того щоб опанувати новий гаджет, програму, комп'ютерну гру необхідні знання з англійської, оскільки не всюди можна застосувати переклад програми.

В сучасному світі без англійської мови важко, практично не можливо. Адже для людини, яка володіє англійською всі дороги вільні. Хороша освіта, достойна робота, саморозвиток, комунікації, подорожі і багато іншого. І щоб це все мати, потрібно знати англійську мову.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. URL:<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%BD%D>



0%D0%BB%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82

2. Квест «До витоків англійської мови»: веб-сайт.
URL:<https://questaboutsomething.blogspot.com/>

3. Масленко Н.І. Історія розвитку англійської мови.
URL:<https://naurok.com.ua/istoriya-rozvitku-angliyskomovi-74696>.

4. Нікітюк М.Ю. Британська англійська мова та її діалекти. Миколаїв. – 2015. С. 1 – 6. URL: <http://eprints.zu.edu.ua/19033/1/%D0%9C.%D0%AE.%20%D0%9D%D1%96%D0%BA%D1%96%D1%82%D1%8E%D0%BA.pdf>

5. Чому потрібно вивчати англійську мову – 10 вагомих причин URL:<https://tut-cikavo.com/kultura/frazi/511-navishchovchiti-anglijsku-movu>

Бориловська В.В.

студентка групи Еус-2019

Науковий керівник:

Перцович Т.О.

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ПЕРСПЕКТИВИ ВІТЧИЗНЯНОЇ ДИСТРИБУЦІЇ ТОВАРІВ

Сьогодні вітчизняні дистриб'ютори мають високий потенціал для розвитку, однак для цього вони повинні відповідати сучасним вимогам виробників та споживачів. Роль дистриб'юторів визначається потребою ринку, якій немає меж. Можливо, завтра вітчизняні дистриб'ютори захоплять Марс? Тож, які його перспективи?

Дистриб'ютор – це посередник, який отримує право збувати товари фірми-виробника на певній території у визначений термін. Дистриб'ютор не є власником товару, а лише отримує право продажу товару. Якщо це передбачено угодою, дис-

триб'ютор може діяти від свого імені [1, с. 368].

Дистриб'ютори, як важлива частина торгового ланцюжка виконує дуже багато функцій:

- формування ефективних моделей продажів;
- забезпечення торгових точок в різних каналах збуту;
- управління ланцюгом постачання від виробника до кінцевого споживача;
- розробка маркетингових моделей для розвитку товару на ринку;
- експертна оцінка споживчих потреб.

При цьому слід пам'ятати сім головних аспектів, з яким доводиться працювати на ринку дистрибуції [2]:

1. Розвиток національних мереж.
2. Підвищення стандартів дистрибуції від виробників, яких вони вчать в міжнародних компаній.
3. Оптимізація витрат виробників – скорочення затрат логістики.
4. Потреба в розвитку компетенцій категорійного менеджменту.
5. Зростання ролі інформаційних технологій.
6. Проблема дефіциту персоналу.
7. Глобалізація та стирання кордонів.

Сьогодні серйозним викликом для дистриб'юторів є ріст національних мереж. Експерти радять дещо змінювати свою політику по відношенню до глобальних мереж і вчитися з ними працювати. Так, не всі українські та іноземні виробники готові заходити у великі національні мережі, а власне шукають дистриб'ютора, з яким можна співпрацювати для правильного позиціонування всього продукту та ведення переговорів з мережами. З іншого боку, супермаркети згодом будуть змушені пропонувати ексклюзивні продукти, які виробляє малий і середній бізнес, оскільки на ці товари є попит, і він зростатиме.

Підвищення стандартів – шлях до вдосконалення. Деякі дистриб'ютори болісно сприймають наявність у виробників стандартів стосовно їхньої продукції. Наприклад, певні вимоги до



складів: графік миття приміщення та автомобілів розвозу, перевірка стелажів, регулярне технічне обслуговування складської техніки тощо. Ті стандарти, що задають міжнародні компанії для дистриб'ютора, і є можливістю стати кращими.

Оптимізація витрат виробників – скорочення затрат логістики. Дистрибуційний бізнес, з моменту його заснування в Україні і до сьогодні, відчутно змінився. Зараз значно зростає потреба в економії. Одна з найбільш витратних частин дистрибуції – логістика, особливо транспортна.

Також варто приділяти багато уваги категорійному менеджменту та роботі з товарним асортиментом. Робота в категорії дає можливість порівнювати товари між собою та якісно оцінювати потенціал щодо представленості в межах однієї категорії. Правильно підібраний асортимент товару для конкретного клієнта чи каналу дає можливість дистриб'ютору побудувати лояльні партнерські відносини з клієнтами.

Ключову роль відіграє в дистрибуції автоматизація та впровадження новітніх технологій, що являється частиною стратегії сучасних компаній. Інтернет дає великі можливості оперативно обслужити споживача.

Нові виклики є і в роботі з персоналом. Трудова міграція – велика проблема для України. Відповідно, завданням кожного роботодавця є створення таких умов праці, щоб ці люди захотіли повернутися працювати додому. Ще одна особливість сьогодення української дистрибуції – нове покоління (міленіали). Для них дуже важливо розуміти ціль та місію компанії та відчувати себе її частиною, тому велику увагу потрібно приділити менеджменту, який працює та надалі працюватиме з такими людьми.

Не варто забувати й про можливість вивчати досвід міжнародних компаній, дистрибуційних компаній з інших країн щодо роботи з персоналом та інших аспектів. Сучасні засоби зв'язку та комунікації стирають усі кордони та дозволяють набувати досвіду. Вчитися на чужих помилках завжди краще ніж на власних.

Підсумовуючи викладену думку, можу додати, що найближчим часом на ринку України залишаться лише дистрибуційні компанії, здатні відповісти на нові виклики ринку та часу. Основою роботи дистриб'юторів є те, що вони спроможні залучити більше покупців, які закупають товар у невеликій кількості. А основні переваги дистрибуції через Інтернет полягають в низькій ціні, більшому виборі товарів, спеціальних послугах, зручності, можливості здійснення покупки в будь-який час. Мережі дистриб'юторів значно оперативніше і якісніше організовують логістичні рішення для своїх клієнтів на відміну від виробників. Дистрибуція сьогодні є передовим сучасним ефективним способом зв'язати виробника з кінцевим споживачем. Адже «лідер - це не той хто відповідає трендам, а то, хто їх визначає».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник.- 5 –те вид. доп. Київ: Лібра, 2007. - 720 с.
2. Майбутнє дистрибуції – трансформація в нові реалії веб-сайт. URL: https://trademaster.ua/private_label/312852

Блашків Т.В.

студент групи Ас-2019

Науковий керівник:

ст. викладач **Веркалець С.М.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

НОВІТНІ МЕХАНІЗАЦІЇ БУДІВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ

Одним із основних напрямів науково-технічного прогресу в будівництві є підвищення рівня механізації і автоматизації будівельних процесів через впровадження досконалішої системи машин і механізмів, сучасних засобів автоматизації і систем інформаційного забезпечення.

Механізація і автоматизація будівельного виробництва та-



кож постійно вдосконалюються, тому що дають можливість збільшувати темпи будівництва, знижувати трудомісткість і вартість робіт, підвищувати їх якість, покращувати і полегшувати умови праці обслуговуючого персоналу, забезпечувати безпеку виконуваних робіт, перейти до завершення повної механізації важких і трудомістких процесів і від механізації окремих простих процесів будівництва до комплексної їх механізації і автоматизації.

За ступенем використання засобів механізації та характером праці будівельних робітників при виготовленні будівельної продукції будівельні процеси поділяють на:

-ручні процеси, коли всі робочі операції будівельного процесу виконують робітники вручну з використанням ручного або механізованого інструменту;

-механізовані процеси – одну або деяку частину робочих операцій будівельного процесу виконують за допомогою машин і механізмів під керуванням і контролем робітників-операторів, а інші робочі операції виконують вручну;

-комплексно-механізовані процеси – всі без винятку робочі операції будівельного процесу виконують за допомогою машин і механізмів, а всі будівельні робітники, які зайняті у даному процесі, виконують лише функції керування і контролю за роботою машин і механізмів;

-автоматизовані процеси – всі робочі операції будівельного процесу виконують за допомогою машин і механізмів з автоматизацією окремих операцій керування і контролю за роботою машин і механізмів;

-комплексно-автоматизовані (автоматичні) процеси – всі робочі операції будівельного процесу виконують і керують ними за допомогою машин-автоматів, які працюють за певною програмою [1].

По виробничому (технологічному) процесі ознакою всі будівельні машини і механізми можуть бути розділені на наступні основні групи:

вантажопідйомні; транспортують; вантажно-розвантажують

вальні; для підготовчих та допоміжних робіт; для земляних робіт; бурильні; палейні; дробильно-сортувальні; змішувальні; машини для транспортування бетонних сумішей і розчинів; машини для укладання та ущільнення бетонної суміші; дорожні; оздоблювальні; механізований інструмент.

Розрахунок вартості експлуатації будівельних машин і механізмів

Дана методика використовується для визначення вартості експлуатації будівельних машин і механізмів при складанні договірної ціни та проведенні взаєморозрахунків між генпідрядними і субпідрядними організаціями [3].

Договірна вартість однієї машино-години експлуатації будівельних машин і механізмів визначається по статтях витрат:

- а) прямі витрати;
- б) непрямі витрати:
 - загальновиробничі витрати;
 - додаткові витрати при виконанні будівельно-монтажних робіт у зимовий та літній періоди, якщо таке планується;
 - прибуток;
 - адміністративні витрати;
 - кошти на покриття ризику визначаються у відповідності з п.3.2.13 ДБН Д.1.1-1-2000 «Правила визначення вартості будівництва» (із змінами та доповненнями);
 - податки, збори, обов'язкові платежі, встановлені чинним законодавством і не враховані складовими вартості експлуатації будівельних машин і механізмів.

Розрахунок прямих витрат в договірній ціні за одну машино-годину експлуатації будівельних машин і механізмів здійснюється на підставі:

- збірника ресурсних елементних кошторисних норм експлуатації будівельних машин і механізмів РКНЕМ ДБН Д.2.2-7-2000 (із змінами та доповненнями, надалі - ДБН);

- збірника поточних цін експлуатації будівельних машин і механізмів (надалі - збірник поточних цін), що надається Мінрегіонбудом;

1.1 «Правил визначення вартості будівництва» ДБН Д.1.1-1-2000 (із змінами та доповненнями) [3].

До прямих витрат відносяться:

1. Амортизаційні відрахування.

2. Заробітна плата машиністів, зайнятих на керуванні будівельними машинами і механізмами, в складі прямих витрат розраховується на підставі нормативних трудовитрат і вартості людино-години, яка відповідає середньому нормативному розряду ланки.

3. Кошти на покриття витрат на заміну частин, що швидко спрацьовуються, обчислюються виходячи з її нормативної необхідності, яка визначається на підставі нормативних ресурсів їх використання та вартості зазначених частин на момент складання розрахунку. (Номенклатура частин, що швидко спрацьовуються, та нормативний ресурс їх використання приймається або по паспортних даних заводів-виробників).

4. Витрати на бензин та дизельне паливо.

5. Витрати на електроенергію. (У випадку, якщо замовник надає підрядній організації електроенергію безкоштовно, то зазначені витрати у розрахунку не враховуються.)

6. Для машин, що працюють на стисненому повітрі від стаціонарних компресорних станцій, витрати на стиснуте повітря [2].

Комплект машин складається із однієї або декількох ведучих, допоміжних і резервних машин. Усі машини комплекту для певного різновиду робіт необхідно узгодити за продуктивністю, технічними показниками та технологічним призначенням. Обираючи комплект машин для забезпечення комплексної механізації, необхідно врахувати, що ведуча машина досягне найвищої продуктивності тільки в тому разі, якщо продуктивність будь-якої машини з комплекту на кожному допоміжному процесі буде на 10...15 % більша.

На сучасному етапі розвитку будівництва механізація доставляння будівельного вантажу становить понад 90 %.

Техніко-економічні показники та ефективність перевезень у сучасному будівництві значною мірою залежать від раціо-

нального вибору, конкретних умов, транспортних засобів доставляння будівельного вантажу та обраної схеми перевезень.

Транспорт у будівництві класифікують так:

- за призначенням (загальний та технологічний);
- за поєднаністю із базовим виробництвом (зовнішній і внутрішній);
- за функційним призначенням (горизонтальний і вертикальний).

У будівництві використовують маятникову й човникову схеми автотранспортних перевезень. За маятковою схемою причепа не відокремлюють від тягача. Цю схему доцільно використовувати в разі необхідності розвантаження матеріалів на об'єктні склади та під час спорудження будівель із однакових конструктивних елементів. За човниковою схемою один тягач використовують для обслуговування кількох причепів. Ця схема ефективна під час виконання монтажних робіт із транспортних засобів, тобто збірні конструкції не розвантажують на об'єктному складі, а одразу з транспортних засобів подають на робочі місця, де їх встановлюють у проектне положення. У процесі проектування потокових методів роботи автотранспорту слід дотримуватися таких умов: своєчасно завантажувати транспорт на підприємство-постачальник; вчасно доставляти вантажі на будівельний майданчик; швидко розвантажувати транспорт [2].

Отже, в наш час, машини, як і все, що створено людиною, невпинно покращують і доводять до ідеалу сучасним потребам, звісно, їх використання на будівельних майданчиках - це доволі затратно, але економить багато часу та енергії робочих.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. https://kmm.at.ua/blog/mekhanizacija_budivelnikh_procesiv/2015-09-09-112
2. https://studopedia.su/11_3615_mehanizatsiya-budivelnogo-virobnitstva.html
3. <http://um.co.ua/8/8-2/8-236656.html>

Витвицька Е.Ю.
студентка групи ПТПс-2020
Науковий керівник:
Івашків Т.С.
к.е.н., доц., доцент кафедри
управління та адміністрування
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

ЛАТЕРАЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ: СУТЬ І ПЕРСПЕКТИВИ

Маркетинг ХХІ століття – постійний пошук, реалізація оригінальних ідей, застосування креативних підходів. Інновації, сучасні маркетингові технології сьогодні дають незаперечну перевагу в конкурентному суперництві, тому все більше підприємств включається в гонку створення абсолютно нових продуктів, формування нових ринків, розробки нових способів просування.

Сучасний маркетинг – далеко не те саме, що маркетинг 1960-х або 1970-х рр. Пропозиція на сучасних ринках дозволяє задовольнити будь-яку потребу, в результаті чого ринок є перенасиченим. У сучасній економічній науці існує значна кількість підходів до класифікації маркетингу та його видів. На більшості розвинених ринків стратегічні засади маркетингу починають втрачати ефективність в якості механізмів формування конкурентних переваг [1, с. 12].

Теоретичні аспекти латерального маркетингу знаходять своє відображення в працях багатьох науковців. Серед них варто відзначити таких як: Є. Крикавського, Л. Мороза, Н. Чухрай, Ф. Котлера, С. Литовченко, О. Данилюка, Е. де Боно, Ф. Тріас де Бес.

Психолог Едвард де Боно в кінці 1990-х запропонував виділити в людській свідомості нову категорію «латеральне мислення» на якому була заснована технологія латерального маркетингу. Терміном «латеральне мислення» він позначив алгоритм

пошуку рішення і досягнення цілі, альтернативний загальноприйнятому вертикальному (логічному) маркетингу. «Неможливо викопати яму в іншому місці, якщо тільки поглиблювати вже існуючу. За допомогою латерального мислення її копають на новому», – говорить Едвард де Боно [3, с.9]. Його ідеї застосували до маркетингу Філіп Котлер і Фернандо Тріас де Бес. Відповідно, Філіп Котлер поділяє маркетинг на «вертикальний» (традиційний, логічний, лінійний) і «латеральний» (творчий, винахідницький, новаторський). Головне завдання латерального маркетингу полягає у відмові від традиційних способів конкуренції, заснованих на сегментації ринку і позиціонуванні. Варто зазначити, що латеральний маркетинг не може замінити вертикальний, адже вони взаємно доповнюють один одного [2, с. 150-183].

Латеральний маркетинг в перекладі означає «боковий» (лат. *lateralis* – боковий, від *latus* – бік, сторона) і є системою поглядів і підходів, методикою пошуку нестандартних ринкових рішень. Вона дозволяє розробляти нові продукти, знаходити нові ринкові ніші і здійснювати прорив в бізнесі [1].

Сутність поняття латеральний маркетинг розглядається як «набір процесів метою яких є використання інформації так щоб генерувати творчі ідеї шляхом проникливого переструктурування концепцій збережених в мозку [4, с. 65]. Латеральний маркетинг працює там, де вертикальний маркетинг не застосовується. Модифікує структуру товару, додаючи потреби, способи використання, ситуації або цільових споживачів, що не охоплюються відповідним визначенням ринку [1, с. 87].

Створення інновацій в латеральному маркетингу слід розглядати на трьох рівнях: на рівні власне товару, на рівні ринку та на рівні маркетинг-міксу.

На рівні товару його інновація та зміна передбачає не зміну самого товару, а способу його використання, тобто змінюється час, місце, спосіб, ситуація застосування товару. Щоб застосувати латеральний маркетинг на рівні продукту, потрібно використовувати одну з шести технік проведення латерального за-



міщення. А саме [1]:

- Заміна. Вона полягає у зміні однієї або декількох елементів товару.
- Комбінація. Вона полягає в додаванні одного або декількох елементів до товару чи послуги, зберігаючи все інше незмінним.
- Переворот. Він складається в обігу або додаванні частки «не» до елемента товару або послуги.
- Видалення. Воно полягає у видаленні елемента товару або послуги.
- Гіперболізація. Вона полягає в перебільшенні або применшення одного або декількох елементів товару або послуги або в зображенні досконалого товару або послуги.
- Зміна порядку. Воно полягає в зміні порядку або послідовності одного або декількох елементів товару або послуги.

Латеральний маркетинг на рівні ринку передбачає пошук потреби, яку б задовольнив новий інноваційний товар. Ринки володіють різними вимірами, в яких конкурують товари і послуги. Основні виміри – потреби, цільові групи і обставини споживання. Останні, в свою чергу, є комбінацією місця, часу, ситуації та емоційного досвіду. Найпростіший і ефективний латеральний хід – заміна одного виміру ринку іншим, яке раніше не приймалося до уваги.

Рівень маркетинг – міксу – базується на змінах у товарній політиці та політиці ціноутворення, збуту, комунікацій. При цьому змінюється їх подання, піднесені споживачам товару чи послуги.

В більшості випадків метод латерального маркетингу на рівні маркетинг – міксу призводить не до зовсім нового бізнесу або ринку, а до створення нової під категорії або інноваційної комерційної формули. Латеральний маркетинг також можна застосовувати для диверсифікації маркетинг – міксу, докладаючи до товару вже існуючі десь цінові, дистрибуторські або комунікаційні формули, які раніше були не поєднувані [1].

Проблема використання латерального маркетингу полягає

у тому що, нові ідеї мало кого цікавлять. Небажання приймати нові ідеї є нічим іншим, як небажанням вкладати гроші в їх реалізацію, небажанням ризикувати капіталовкладеннями до тих пір, поки цінність нових ідей не буде доведена на практиці [3, с. 58].

Проте є багато креативних прикладів використання латерального маркетингу на практиці. Нижче кілька випадків, в яких пошук і розробка нових ідей велися не за схемами, традиційного маркетингового мислення, а із застосуванням методу, званого латеральним маркетингом.

Компанія «Него» виготовляла готові продукти на основі злаків. Коли ринок став фрагментованим і насиченим компанія не бачила для себе можливостей всередині цього ринку. Вона знайшла новаторське рішення – нетрадиційний спосіб споживання виробів з подрібненого зерна. Ідея полягала в тому, щоб продавати їх не як їжу для сніданку, а як легку закуску, не прив'язану до визначеного часу доби. Тому вони вирішили не зберігати форму легкої закуски, адже тоді їй прийшлося б їсти руками прямо з пакету. Тому виникла думка використовувати форму іншого продукту, звичного для споживачів – шоколадного батончика. З'єднання ідей дробленого зерна і батончика призвело до народження нової категорії – зернового батончика.

Також вдалим прикладом використання латерального маркетингу є лялька Барбі. Рут Хандлер – людина яка ніколи не займалась виробництвом іграшок в результаті випадкового спостереження за своєю донькою прийшла до висновку, що ляльки у грі можуть виступати в ролі дорослих. В той час іграшки-малюки відрізнялися один від одного ціною, розміром, національністю, дизайном, одягом, кольором очей, волоссям, але практично нікому не приходило в голову робити ляльок – дорослими.

Виникнення портативних плеєрів було випадковим збігом обставин. Інженери компанії Sony займались розробкою портативного стереомагнітофону, але якість запису виходила недостатньо високою. В результаті пропозиції президента компанії Sony, були змінені властивості магнітофона шляхом викрес-



лення функції запису і приєднання легких навушників. Дійсно, при низькій якості запису пристрій забезпечував дуже непогану якість відтворення. Плеєр Walkman став однією з найуспішніших інновацій за всю історію маркетингу. Завдяки йому компанія Sony стала лідером і змогла отримати кошти на здійснення багатьох інших проектів.

Отже, нові товари і послуги, виникли по зафіксованою категорією або ринком і в багатьох випадках самі поклали початок нової категорії або ринку. Це – самий ефективний спосіб конкуренції на зрілих ринках, де дроблення на крихітні сегменти і занадто велика кількість брендів не залишають місця для нових можливостей. Головна перевага такого роду інновацій у тому, що вони спрямовані не на захоплення частини ринку, а на створення абсолютно нового ринку. Ми живемо в часи, коли абсолютно не схожі один на одного галузі починають зближуватися і на їх стику створюються нові категорії.

В Україні латеральний маркетинг не використовується так широко, як на Заході, але деякі маркетингові рішення цілком узгоджуються з цією концепцією. Латеральний маркетинг у нових ринкових умовах в Україні є полем апробації, популяризації та практичного використання й знаходиться тільки на початковій стадії свого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Филип Котлер Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей / Филип Котлер, Фернандо Триас де Без; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2010 – 206 с.

2. Ф. Котлер Новые маркетинговые технологии. Методики создания гениальных идей/ Ф. Котлер, Фернандо Триас де Без. – С.- Пб: Нева, 2004. – 192 с.

3. Эдвард де Боно Использование латерального мышления / Пер. с англ. – М.: Попурри, «Прогресс», 2005 – 384с.

4. Гелюта І. Латеральний маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності /Гелюта І.// Людина і праця. – 2012. №1.– 63 с.



Відливана І. М.

молодший фаховий бакалавр

Науковий керівник:

Луцький Роман Петрович

доктор юридичних наук, професор,

директор Науково-дослідного інституту

імені Академіка Івана Луцького

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

КОНСТИТУЦІЙНІ ОСНОВИ ПРЕЗУМПЦІЇ НЕВИНУВАТОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОВЕДЕНOSTІ ВИНИ В КРИМІНАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ

Поняття презумпції невинуватості закріплене в Конституції України. Презумпція невинуватості – одна із основоположних принципів кримінального судочинства, основна суть якої полягає в тому, що особа вважається невинною, поки її вина не буде доведена в законному порядку. Це означає, що підозрюваний не повинен доказувати свою невинність, а тягар доведення лежать на обвинуваченому.

Також презумпція невинуватості передбачає, що всі непереборні сумніви у винуватості обвинуваченого, що виникають внаслідок недостатності чи суперечливості доказів, незаконність способу їх видобутку, які до моменту закінчення слідства не були усунені в законному порядку суд повинен тлумачити на користь обвинуваченого, тобто на визнання його невинності [4, с. 42].

На практиці цього принципу досить часто не дотримуються, і деякі дослідники та оперативні працівники користуються тим, що підозрюваний чи обвинувачений просто - на просто не знають своїх прав. [2, с. 39]. Деякі судді, буває, взагалі приймають на себе функції сторони обвинувачення і в цьому випадку говорити про презумпцію невинуватості не має сенсу, тому у всіх випадках, якщо ви близько не знайомі з законом чи судовою системою, варто користуватись послугами адвоката.



Зараз ми б хотіли поговорити саме про сучасні українські реалії. Моє враження абсолютно не стосуватиметься політики, а ґрунтуватиметься лише на нормах права, посилаючись на конкретні статті.

Відкривши КПКУ, яким фактично керується прокуратура, як сторона обвинувачення, то в статті 2 закріплена засада кримінального провадження і конкретно закріплена презумпція невинуватості, а в статті 17 зазначено, що ніхто не зобов'язаний доказувати свою невинуватість у вчиненні кримінального правопорушення і має бути виправданим, якщо сторона обвинувачення не доведе винуватість особи поза розумним сумнівом. Далі знову звертаємось до Конституції, яка має найвищу юридичну силу, втім вони не суперечать одне одному, а дублюють [1, с. 88]. Якщо звернемося до європейської конвенції, то в статті 6 зазначено, що кожен, кого обвинувачено у вчиненні кримінального правопорушення вважається невинуватим доти, доки його вину не буде доведено в законному порядку.

Навіть якщо ми заглянемо в кримінально процесуальний кодекс 1960 року, який діяв до 2012 року, там в статті 22 теж зазначено, що суд, прокурор, слідчий, або особа яка провадить дізнання, не вправі перекладати обов'язок доказування на обвинуваченого.

Це означає, що сучасне законодавство і минуле законодавство, міжнародне законодавство конкретно вказує на презумпцію невинуватості, але, на жаль, вона порушується не лише ЗМІ, коли ми чуємо без постановлення вироків обвинувачення журналістів, коли особа в подальшому може бути і виправданою, а й з боку правоохоронних органів ми теж можемо побачити таку халатність.

Але дія презумпції невинуватості може бути оскаржена за умови перегляду судових рішень за нововиявленими обставинами. У чинному КПК України передбачено три групи нововиявлених обставин:

1) фальсифікація доказів, неправильність перекладу, а також показань свідка, потерпілого, обвинуваченого, підсудного,

висновку і пояснень судового експерта, на яких ґрунтується вирок;

2) зловживання прокурора, дізнавача, слідчого чи суддів під час провадження у справі службовими обов'язками;

3) всі інші обставини, які не були відомі суду при винесенні судового рішення і які самі по собі або разом із раніше виявленими обставинами доводять неправильність засудження або виправдання підсудного [3, с. 86].

Отже, презумпція невинуватості – це вимога закону до всіх громадян і їх суспільної думки. Саме через це закон трактує, що поведження з особою, вина якої у вчиненні кримінального правопорушення не встановлена обвинувальним вироком суду, який набрав законної сили, має повністю відповідати поведженню з невинуватою особою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Трохлюк П. Принцип презумпції невинуватості та забезпечення доведення вини. Наше право. 2018. №9. Ст. 87-89.
2. Фулей Т. Презумпція невинуватості: концептуальні підходи. Слово національної школи суддів України. 2012. №1. Ст. 39-53
3. Сиза Н. Презумпція невинуватості у стадії перегляду судових рішень за нововиявленими обставинами в Україні. Бюлетень Міністерства юстиції України. 2012. №1. Ст.85-90.
4. Мамка Г. М. Презумпція невинуватості та обов'язок доказування вини. Актуальні проблеми досудового розслідування: зб. тез доповідей IV Всеукр. наук.-практ. конф. Суми. 2015. 42-45 с.

Вінтоняк І.В.
студентка групи Ас - 2020-2
Науковий керівник:
ст. викладач **Веркалець С.М.**
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

ТЕХНОЛОГІЯ РОБІТ ПО РЕМОНТУ КОНСТРУКЦІЙ БУДІВЕЛЬ І СПОРУД

Обстеження пошкоджених або реконструйованих будівель і конструкцій проводиться з метою визначення їх загального стану міцності і надійності, а також для виявлення причин, що спричинили пошкодження. Обстеження проводиться по наступних етапах: візуальне обстеження; інструментальне обстеження; відбір і випробовування зрізів матеріалів. Візуальне обстеження проводиться для виявлення видимих пошкоджень або дефектів і деформацій, визначення характеру і ступеня пошкоджень частин будівель і окремих конструкцій: наявність тріщин, місць розроблення і розшарування кладки, розрив зв'язків, пошкодження кладки під опорами балок, прогонів, перемичок, викривлень, відхилень від вертикалі, порушень місць між сполучень між окремими елементами, поверхневих пошкоджень цеглини і розчину, зміна кольору і фактури облицювального шару. При візуальному обстеженні використовують прості інструменти і прилади – виски, ватерпаси, польові біноклі, зорові труби.

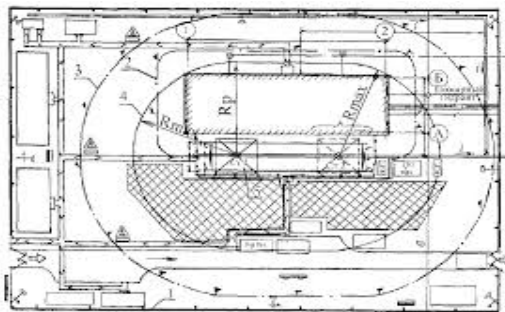


Рис.1. Технологія зведення будівель та споруд і технологія

реконструкції

При візуальному обстеженні слід використовувати картування тріщин, ескізні зарисовки конструкцій і фотографування. Картування дефектів виконується на схемах – розгортках стін і перекриттів, виконаних в масштабі 1:50 – 1:100, з прив'язкою їх до прийнятої системи координат. За результатами візуального обстеження робляться попередні висновки про стан конструкцій, причини їх деформацій і пошкоджень. Інструментальне обстеження проводиться з метою:

-вимірювання загальних деформацій і переміщень будівель і споруд або їх частин, осідання фундаментів, нахилу стін, стовпців;

- вимірювання величини розкриття тріщин в конструкціях;
-вимірювання прогинів вимірюються оптичними нівелірами. У місцях, неручних для оптичного нівелювання, рекомендується використовувати гідростатичні нівеліри, що працюють за принципом сполучених посудин. Для вимірювання вертикальних переміщень фундаментів і стін, по довжині будівлі повинні закладатися спеціальні марки. Марки повинні бути міцно закріплені в стіни і захищені від механічних пошкоджень протягом всього періоду вимірювань.

При недостатньому догляді, відсутності своєчасного ремонту і забрудненості фасад будь – якої будівлі настільки втрачає свій зовнішній вигляд, що архітектура будівлі стає мало помітна.

Ремонт фасаду будівлі передбачає ремонт перекриттів, перемичок; вертикальні переміщення, осідання фундаментів, прогини балок перекриттів, огляд і діагностику стану несучих і огорожувальних конструкцій: очищення і миття фасадів від забруднень різного характеру; ремонт і відновлення оздоблення фасаду – ремонтно- відновлювальні роботи, штукатурні та малярні роботи, ремонт і відновлення різних архітектурних елементів декору; монтаж водостоків, вентиляційних коробів, віконних відливів, парапетів та інших металоконструкцій на фасадах будівель.



Рис.2 Ремонт і фарбування фасадів.

Ремонт фасадів буває двох видів: косметичний і комплексний. При косметичному ремонті – оновлюють самі «потерпілі» частини фасаду, які його помітно псують. Комплексний ремонт передбачає повне оновлення фасаду: проводяться фарбувальні і штукатурні роботи, замінюються водозливи і додаються нові елементи. Ремонт фасадів якісними матеріалами гарантує прекрасний зовнішній вигляд і тривалий термін безремонтної експлуатації. Тому ремонт фасадів слід проводити тільки якісними матеріалами, які зарекомендували себе на ринку виробників. Крім накладних елементів додати фасаду архітектурну виразність може декоративне облицювання. Вибір облицювання краще довірити професіоналам, так як облицювання повинна відповідати всім архітектурним вимогам.

Теплоізоляція фасаду проводиться двома основними способами:

«Сухий» спосіб зовнішнього утеплення з використанням навісних елементів - вентиляовані фасади;

«Мокрий» спосіб зовнішнього утеплення з використанням штукатурних розчинів і сумішей. Ремонт міжповерхового перекриття включає заміну штукатурки стелі, щитів між балочні заповнення окремих несучих балок, їх кінців і заміну всього перекриття.

Отже, для того, щоб збереглися зовнішні фасади, насампе-

ред потрібно правильно підібрати будівельні матеріали. Ремонт та оздоблення фасадів дуже різноманітні і можуть принципово відрізнятися один від одного.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. <http://www.kbtk.rv.ua/tehnologiya-i-organizatsiya-budivelnogo-virobnitstva/>
2. <https://drive.google.com/open?id=0B0DFzDrMr4Rec3hjS1FJWEEхОТА>
3. <https://drive.google.com/open?id=0B0DFzDrMr4ReTE1BTm1TUG5la0>

Войтина М.В.

студентка групи Дс-2018 -1

Науковий керівник:

І.Я. Матоліч

канд. мистецтв., доц. кафедри дизайну

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ПРОБЛЕМА ВІЗУАЛЬНОГО ЗАБРУДНЕННЯ МІСТА

ІВАНО-ФРАНКІВСЬК

Візуальне забруднення міського середовища – поширена світова проблема. Перевантаженість інформаційними повідомленнями, хаотичність розмірів і розташування вивісок, занадто яскраві кольори й мерехтливе підсвічування погіршують архітектурний вигляд будинків і ускладнюють орієнтування в міському просторі.

Візуальне забруднення пов'язане не тільки з красою і доглянутістю вулиць міста, але це й масштабна проблема, яка на багатьох рівнях ускладнює й погіршує взаємодію мешканця міста і міського середовища. Вийшовши з дому, щодня ми бачимо будинки, зелені насадження, громадський транспорт, людей, які кудись поспішають, а також чималу кількість вивісок, банерів і білбордів.



На жаль, на розміщення реклами у публічній зоні дозволу самих мешканців ніхто не питає. Рекламодавці та чиновники змушують містян «перетравлювати» сотні тисяч рекламних продуктів, хочуть вони того чи ні. Рекламні банери, білборди, плакати, гігантські світлодіодні екрани та сітілайти буквально заповнили сучасні міста. Куди не повернеш голову – реклама оточує з усіх боків: на стінах будинків, парканах, транспорті, на узбіччі доріг, і навіть виринає з-під ніг на асфальті [3].

Наше місто Івано-Франківськ не є винятком. Однією з його проблем є надмірна та часто недоречна зовнішня реклама, яку власники бізнесів помилково вважають вивісками. Інколи, гуляючи вулицями нашого міста, важко повірити, що хтось регулює розміщення вивісок. Однак, насправді існують як закони («Закон України про рекламу», постанова Кабміну «Про внесення змін до Типових правил розміщення зовнішньої реклами»), де чітко прописані поняття «вивіски» та правила їхнього розміщення і демонтажу, так і нормативно-правові акти місцевого самоврядування [2].

Реклама заважає не тільки пішоходам, а й водіям. Білборди та сітілайти часто заступають дорожні знаки, а подекуди й самих пішоходів, що може призвести до ДТП. Що вже й казати про психологічні наслідки такого рекламного «передозу».

Рекламодавці витрачають неймовірні кошти на просування своїх виробів та послуг, не звертаючи уваги на те, що надмірна кількість реклами нерідко призводить до зворотного ефекту.

До прикладу, одна з центральних вулиць міста – Січових Стрільців завантажена зовнішньою рекламою, проте і на ній зустрічаються досить непогані приклади фасадів [1].

Необхідно дотримуватись архітектурно-художньої концепції зовнішнього вигляду вулиць, дотримуватись візуального стилю міста. На нашу думку, сьогодні власникам бізнесу найкраще б було просувати рекламу в Інтернет-ресурсах, ніж на фасадах будівель.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аналіз вивісок на вулиці Січових Стрільців: веб-сайт. URL: <https://warm.if.ua/news/171214> (дата звернення 16.10.2021).

2. Баран Л. «Хочемо, щоб у нас було гарно, як у Європі». Магазин на Січових Стрільців змінив вивіску на більш стильну: веб-сайт. URL: <https://galka.if.ua/hochemo-shhob-u-nas-bulo-garno-yak-u-yevropi-magazin-na-sichovih-striltsiv-zminiv-vivisku-na-bilsh-stilnu-foto/> (дата звернення 16.10.2021).

3. Власників торгових об'єктів закликають привести вітрини та рекламні вивіски до затверджених вимог: веб-сайт. URL: <https://www.en.gov.ua/vlasnikv-torgovih-obktiv-zaklikayuty-privesti-vtrini-ta-reklamn-vivski-do-zatverdghenih-vimog> (дата звернення 20.10.2021).

Грицак Ю.В.

студент групи МАЗ-2020

Науковий керівник:

ст. викл. Жирак Р.М.

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ТУРИСТИЧНІ ПРИТУЛКИ В КАРПАТАХ: ІСТОРІЯ, ОСОБЛИВОСТІ, ЗНАЧЕННЯ

Кожна туристична подорож залишає слід в житті мандрівника, бо є незабутньою подією, насиченою новими знаннями про невідомі краї та власні можливості. Проте, у далекій дорозі, як правило, не оминати екстремальних ситуацій і непередбачуваних труднощів. Долаючи їх, турист складає важливий життєвий іспит – на витривалість, мужність, силу волі, фізичну загартованість і любов до рідного краю [1].

Слово «туризм» походить від латинського *tornus* – «рух по колу», «крутити». В широкому розумінні це означає пересування з одночасною зміною побуту людей. Туризм – це подорожі,



які здійснюються за певними маршрутами своєю країною або за кордоном, поєднують відпочинок із пізнавальною метою, у ряді випадків мають елементи спорту [3].

Нерідко, люди йдуть в гори, покладаючись лише на себе і своїх супутників. Велич і краса Карпатських гір не залишають байдужими нікого. Чисте гірське повітря та цілющі джерела очищують душу і тіло мандрівників. Проте в горах не завжди і не всім комфортно, оскільки вони бувають надто небезпечними, тому особливої уваги заслуговують місця для тимчасової зупинки, відпочинку і відновлення – туристичні притулки.

Мережа комфортних туристичних притулків особливо розвинута та популярна у Європі – в Татрах та Альпах. Ця багатовікова традиція збереглась там від самих початків мандрівництва. Натомість, в Україні туристи переважно користуються колибами. Принаймні так в туристичних колах прийнято називати невеликі дерев'яні будиночки у яких можна переночувати на полонинах Карпат при потребі. Звісно, виглядають вони не так, як у Європі та все ж, варто розділяти ці хатинки на власне колиби та туристичні притулки. Перше – це, зазвичай, господарські споруди місцевого населення (пастухів), що тимчасово (сезонно) є вільними для відвідування та ночівлі. Водночас хатинки, що спеціально споруджені адміністрацією заповідників чи іншими туристами з рекреаційною метою варто називати «туристичними притулками», навіть, якщо за виглядом вони мало відрізняються від колиб пастухів [4].

Туристичний притулок – це хостел на висоті, там можна переночувати без розкошів, але в теплі і чистоті, з душем та гарячою їжею. Здебільшого, притулки будують у важкодоступних місцях, далеко від населених пунктів. Ідея в тому, що можна іти в довготривалий похід із невеликим рюкзаком, без наметів, таборового спорядження та можливо, з мінімальною кількістю їжі. Притулки також дуже підходять туристам із дітьми, дитячим турклубам, або тим, хто тільки пробує себе в походах в гори і не хоче відразу сильно напружуватися чи просто любить комфорт [2].

В Італії альпійські готелі називаються rifugio, в Австрії – schutzhuetten, в Швейцарії – hospiz. Колись гірські хатини пропонували гарячу вечерю і дах над головою вівчарям, лісорубам, мисливцям та пілігримам. Найдавніший хоспіс досі працює – це притулок на швейцарському перевалі Сен-Бернар, заснований у 1049 р. До речі, це саме там вивели породу собак сенбернар [2].

Дуже популярними є туристичні притулки у польських горах – так звані схроніска. Це такі собі міні-готелі з ліцензією туристичного товариства РТТК. Вони сповнені родинної атмосфери і загублені на гірських стежках. У схронісках можна відпочити, пообідати чи навіть переночувати [5].

Важливо, що такі хатини – це також турбота про довкілля: це сміття, вогонь і всі інші сліди людської життєдіяльності в одному місці, за яким доглядають. Саме з цієї причини у багатьох країнах ЄС ночувати в горах можна лише в притулках чи готелях, і за дотриманням цього стежать спеціальні патрулі. Притулки у високих горах працюють лише з травня по жовтень, поки не випаде сніг. Місце для ночівлі треба обов'язково бронювати телефоном – інтернету на висоті 3-4 тис. м. немає. Імовірно, спати доведеться в спільній кімнаті на 3-20 чоловік. Вартість за нічліг разом зі сніданком залежить від висоти та близькості підйомників – від €20 до 100. Вечеря та постільна білизна за окрему плату, або можна принести з собою спальник. Душ завжди холодний, за гарячий теж треба доплатити (приблизно €5). Вода на висоті 3-4 тис м – дефіцит, а якщо митися холодною, її потрібно менше. Більшість притулків належать альпіністським союзам, і прибуток часто йде на розвиток альпінізму в регіоні [2].

Туристичні притулки в Україні ще тільки-тільки починають відроджуватися. На початку 20 ст їх було більше 40 і вони були дивовижно красиві. Більшість притулків були зруйновані у II світовій та в радянський час і їх не відбудували, а ті, що збереглися, вкрай занехаяли. Будівництво туристичних притулків у Карпатах розпочалося наприкінці 19 ст. силами туристичного



об'єднання Польське Товариство Татранське. Перший гірський притулок заклали ще у 1878 р. на полонині Гаджина на Чорногірському масиві [2].

У довоєнні часи притулки споруджували своїм коштом різноманітні туристичні асоціації, організації і клуби. Загальна ідея була в тому, щоб з невеликим наплічником можна було перейти через всі Карпати, ночуючи у вигідних місцях у зручних будиночках, не обтяжуючи себе наметами (які тоді були в рази важчі і більш громіздкі) чи іншим таборовим спорядженням (казанами, сокирами, пилами і т. д.) [2, 4].

Загалом в Карпатах на сучасній території України з кінця 19 століття і до початку Другої Світової Війни було споруджено 17 туристичних притулків чеською владою, та ще 56 притулків і туристичних станцій в горах, та гірських селах – польською владою. Єдиний збережений, а віднедавна, повністю відбудований притулок в українських Карпатах називається «Явірник». Він знаходиться на Закарпатті, поблизу сіл Великий Березний та Руський Мочар, та в 2 км від вершини гори Явірник (1017 м). Ця будівля пережила Другу Світову війну, з незначними перебудовами притулок активно використовувався в радянський час для різноманітних походів вихідного дня гуртків туризму з Ужгорода, також його полюбили звичайні туристи. Проте, з часом притулок занепав. Фундація «Карпатські стежки» розпочала відновлення притулку в 2001 році і восени 2008 року він був відкритий. На жаль у 2015 році на Явірнику трапилась пожежа під час якої згоріли всі дерев'яні конструкції, проте зберігся кам'яний фундамент. На щастя, товариство «Карпатські стежки» не покинули притулок після пожежі та взяли за відновлення. За декілька років важкої праці на попелищі постав зразковий туристичний притулок [2, 4].

Варто відзначити, що найбільша складність в будівництві на висоті – це автономні комунікації і доставка матеріалів. Будівництво здійснюється в 2-3 етапи: спочатку матеріали треба довести до найближчого села, часто вручну перевантажити на інший транспорт, тоді піднімати вгору на спецтехніці і знову

розвантажувати. Забезпечення комунікаціями – теж непросте питання. По-перше, споживання дуже нестабільне: відвідувачів може не бути увесь тиждень, а на вихідних прийде відразу 60 людей. Відтак, треба розрахувати пропускну здатність водонапірної системи, ємність акумуляторів на сонячній станції, тощо [2].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Винниченко І. Спеціалізовані туристські ринки: Матеріали для практичних занять. – К., 2015. – 139 с.
2. Єдиний в Україні зразковий туристичний притулок “Явірник”. URL: <https://lowcost.ua/yavirnyk-tourist-shelter/>
3. Світовий туризм : конспект лекцій. Для здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 242 «Туризм» за усіма формами навчання / Укладач А.Л. Помаза-Пономаренко. – Харків : НУЦЗУ, 2020. – 150 с.
4. Топ 10 колиб для ночівлі в Карпатах. URL: <https://www.gorgany.com/pro/>
5. Tam i tu. URL: <http://tamitu.com.ua/>

Громосяк У. М.
студентка групи Дс-2018 -1
Науковий керівник:
ст. викладач **Кухар Г.М.**
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

КНИГИ, ЯКІ ДОПОМОЖУТЬ МОЛОДОМУ ДИЗАЙНЕРУ

Освіта дизайнера – процес, що складається з різних аспектів підготовки. Практичне виконання завдань, освоєння навичок роботи з графічними редакторами, творча робота з різноманітними матеріалами, створення об’ємних макетів абстрактних композицій та макетів до друку поліграфічних творів є надзвичайно важливими, адже саме такі процеси формують



майбутнього дизайнера-практика. Та без теоретичної основи, аналітики науковців, порад практикуючих дизайнерів в процесі навчання не обійтися. Тому ми зробили огляд сучасних книг, які лаконічно показують сутність дизайну та допомагають покращити свої навички.

Книга найвпливовішого дизайнера з світовим іменем, колишнього віце-президента Apple Дональда Нормана «Дизайн звичних речей» розповідає про дизайн речей, які нас оточують. Пояснює, чому вони повинні бути практичними, але при цьому елегантними, відкриває базові принципи дизайну будь-якого продукту, допомагає подивитися на весь процес проектування збоку і зрозуміти продукт з точки зору споживача. Автор стверджує, що дизайн не повинен бути абсурдним, напружувати чи дратувати споживача, не може не враховувати його потреб [6].

Олександра Королькова на основі власного досвіду створила книгу «Жива типографіка» – твір, що допомагає дізнатися основи сучасної типографіки, на прикладах розповідає, якими бувають шрифти, за якими принципами будується композиція, як працювати над версткою, містить загальні правила книжкового дизайну [3].

«Жива типографіка» призначена для тих, хто ще не дуже багато знає про шрифт і типографіку, але вже працює з оформленням тексту

Віктор Папанек у своєму творі «Дизайн для реального світу» розповідає про глобальні завдання дизайну і про те, яку роль він відіграє в світі, стверджує, що дизайн – основа людської діяльності і будь-яка спроба виокремити дизайн як окремий вид діяльності завдає шкоди проектуваному продукту, бо дизайн – це первинна, першопочаткова матриця життя [7].

Артемій Лебедєв в книзі «Ководство» [4] стверджує, що в дизайні не може бути ніяких законів, а лише закономірності, рекомендації і поради, що допоможуть зрозуміти з чого складається веб-, графічний і промисловий дизайн, а також проектування інтерфейсів.

У книзі багато історій про те, як створювати проекти і

проекувати власне життя. Вона розповідає про загальні закономірності в дизайні і занурює в різні його сфери. Тут легко зрозуміти, які помилки роблять дизайнери і чому весь дизайн складається з дрібниць.

Робін Вільямс «Дизайн для недизайнерів» написав для майбутніх графічних дизайнерів, розповівши їм як правильно розташувати текст, вибрати шрифт, зробити помітною типографіку. Автор наводить базову класифікацію шрифтів, популярно пояснюючи їх головні відмінності і принципи спільного використання. В книзі можна знайти тестові завдання, виконуючи які можна закріпити отримані знання [9].

Йозеф Мюллер-Брокманн створив детальний посібник «Модульні системи в графічному дизайні» з великою кількістю прикладів сторінок, макетів, розроблених по сітці. Автор розповідає про процес роботи над версткою, про те, що таке сітка і як її використовувати, як розташовувати модулі і зображення, пояснює як типографіка впливає на сприйняття дизайну реклами, проспекту, каталогу, книги, журналу, буклету, календаря, вчить структурувати за допомогою модульної сітки площину і простір для організації тексту, фото чи графічного зображення за принципами гармонії і функціональності [5].

Автор книги «Мистецтво кольору» художник Йоханнес Іттен увійшов в історію культури ХХ століття як найбільший дослідник кольору і як представник новаторського покоління художників і архітекторів. Ця книга увібрала в себе досвід його досліджень, лекційних курсів і практичних занять, присвячених проблемам кольору, цікава своїми спостереженнями над проявами кольору в природі, культурі та мистецтві, вона афористична і занурює читача не тільки в систему точних знань про колір, але і в властиві кожній творчій особистості роздуми про світ і людину в ньому [1].

«Логотип та фірмовий стиль. Керівництво дизайнера» Девіда Ейрі присвячена не стільки процесам створення логотипу, а навикам спілкування із замовниками та процесу роботи. Автор пояснює, як скласти бриф, як дізнатися потрібну інформацію



від клієнтів, як працювати над першими проектами і оцінювати свою роботу з боку, як керувати своїм часом, щоб виконувати роботу в термін, вчить аналізувати існуючі пропозиції, розглянути більше прикладів, виконувати більше ескізів, генерувати ідеї, спілкуватися з клієнтом [10].

Книга Остіна Клеона «Кради як митець» [2] спонукає художників, дизайнерів вивільнити свою творчу енергію, запозичувати чужі ідеї, створюючи таким чином циркуляцію інформації, яка в процесі інтенсивної взаємодії допомагає народжувати нові ідеї, стверджує, що творити у вакуумі нереально, а добре відомі сюжети можна розповісти заново, освіжити, актуалізувати, проводячи несподівані паралелі і вибираючи незвичайні ракурси. І це вже буде власний інтелектуальний продукт, який має своє оригінальне смислове забарвлення.

Майк Роуді в книзі «Візуальні замітки» розповідає, як малювати прості предмети і букви, щоб візуалізувати свої думки і пояснювати ідеї оточуючим. Це видання – повністю ілюстрований посібник по створенню візуальних начерків (або скетчів), адже вони потрібні для того, щоб запам'ятати і засвоїти значиму інформацію, розвинути відчуття пропорцій і гармонізації. У книзі є покрокові інструкції, найяскравіші приклади, а також корисні вправи для відпрацювання базових графічних елементів, які допоможуть початківцям опанувати основи скетч-ноутінга [8].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Иттен Й. Искусство цвета. Издательство: Д. Аронов, 2020. 96 с.
2. Клеон О. Кради як митець / пер. Г.Литвиненко. Книжковий клуб: Клуб сімейного дозвілля, 2016р., 162с.
3. Королькова А. Живая типографика. Москва: Индексмаркет, 2011р., 224 с.
4. Лебедев А. Ководство. Издательство: студия Артемия Лебедева, 2018р., 556с.
5. Мюллер-Брокманн Й. Модульные системы в графиче-

ском дизайне/пер. Л.Якубсон. Издательство: студия Артемия Лебедева, 2011р., 184с.

6. Норман Д. Дизайн звичних речей / пер. М. Бакалов. Книжковий клуб: Клуб сімейного дозвілля, 2019р., 320 с.

7. Папанек В. Дизайн для реального світу / пер. Д. Цепкова. Видавництво: ArtHuss, 2020. 480 с.

8. Роуди М. Визуальные заметки/ пер. К.Наумов. Издательство: Манн, Иванов и Фербер, 2019г., 224с.

9. Уильямс Р. Дизайн для недизайнеров/ пер.В.Овчинников. Видавництво: Сивол плюс, 2008 р., 192с.

10. Эйри Д. Логотип и фирменный стиль. Руководство дизайнера/ пер. Издательство Питер. СПб.: Питер, 2011г., 208с.

Дяків Н. І.

студентка групи Філс-2018

Науковий керівник:

Гуменюк Т.І.

д.і.н., професор, професор кафедри права

ЗВО «Університет Короля Данила»,

м. Івано-Франківськ

ЛІНГВІСТИЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ І КУЛЬТУРА ЮРИСТА

Мова права має особливе завдання – відтворити, ствердити та забезпечити існування права. Тому мова є засобом та інструментом правоутворення, правотворчості, функціонування та реалізації права. Реалізація особистісно орієнтованого навчання студентів, спрямованого на удосконалення їхньої професійної культуромовної компетентності стає одним із найважливіших завдань в умовах реформування вищої освіти. Стосовно сучасного юриста, під час встановлення різноманітних комунікативних зв'язків, вирішення професійних завдань, йому часто доводиться застосовувати переконливий вплив. Інструментом переконання у комунікації юриста є логіка доказу.



Доказ складається з тези, аргументів і демонстрації як засобу доказу. У процесі комунікативного впливу з метою переконання важливе значення мають вербальна (мовна) і невербальна знакова системи як провідні засоби людської комунікації загалом та юридичної зокрема. Комунікативна раціональність полягає у формуванні доречних, ефективних переконань, які є важливою складовою діяльністю юриста. Переконання, за Аристотелем, є насамперед логічним інструментом дедуктивного чи індуктивного міркування, а також джерелом впливу на слухача, яке реалізується на основі аналізу об'єкта мовлення, вивчення аудиторії, співрозмовника і всього емоційного контексту [1].

Лінгво-юридична якість юридичних документів і навіть законів дедалі погіршується на тлі зниження загальної мовної грамотності, що ми спробували показати на декількох прикладах. Це позначається й на стані права в суспільстві, на стані загальної культури, адже право є її важливою складовою, за ступенем розвитку права можна визначити й ступінь розвитку певного суспільства. Однією з причин цього є зворотний бік невід'ємної від прогресу інформатизації суспільства. Сюди слід додати й недостатній рівень забезпечення викладання державної мови в юридичних вишах, а також закладах середньої освіти. Зрозуміло, ситуацію слід виправляти. Розпочинати ж слід з популяризації української мови серед дітей, у студентському та педагогічному середовищах, з поправкою на запиту інформаційного суспільства, з прищеплення поваги до норм мови, обережного ставлення до її складових, виховання смаку мови. Державна мова не повинна зазнавати жодних утисків. Вона має гармонійно панувати, в тому числі в юриспруденції [3, с. 34].

Мовленнєва компетентність фактично є складовою більш загальної – комунікативної компетентності, оскільки обов'язковою умовою якісної підготовки кваліфікованого юриста є володіння ним не тільки всіма видами мовленнєвої діяльності, а також, як зазначено у Стандарті, здатність вчитися і оволо-

дівати сучасними знаннями, здатність бути критичним і самокритичним, здатність працювати в команді. Щодо правозастосування, то юрист повинен готувати проекти необхідних актів застосування права відповідно до правового висновку зробленого у різних правових ситуаціях, надавати консультації щодо можливих способів захисту прав та інтересів клієнтів у різних правових ситуаціях тощо. Тобто юрист повинен уміти кваліфіковано провести бесіду, консультацію, переговори, донести до адресатів думку і рішення юристів, рішення суду тощо. У даному випадку ми говоримо про комунікативну компетентність, відокремлюючи три поняття: знання мови (мовна компетентність), володіння мовою (мовленнєва компетентність), користування мовою (комунікативна компетентність) [2]. Розвиток лінгвістичних здібностей є одним із ключових завдань підготовки майбутнього юриста. Розвиток лінгвістичних здібностей має бути цілеспрямованим і системним і здійснюватися не лише на заняттях мовного спрямування, а й під час вивчення правових дисциплін. Наприклад, відомо, що деякі виступи юристів на суді можна вважати творами мистецтва, вони є високохудожніми риторичними зразками, тому на заняттях із таких дисциплін, як «Цивільне право», «Господарський процес», «Адміністративне судочинство», «Криміналістика» тощо, можна моделювати відповідні комунікативні ситуації, які спонукатимуть студентів до розвитку лінгвістичних здібностей [4, с. 27]. Лінгвістичні здібності студентів актуалізуються й розвиваються на заняттях у процесі спілкування в режимі діалогу й полілогу. Його особливість полягає в тому, що навчання є «навчальним спілкуванням» з використанням найбільш уживаних у повсякденній мові зворотів, словосполучень, розмовних кліше. Завдяки своїй поліфункціональності діалоги є благодатним ґрунтом, на якому відбувається міжособистісна комунікація різної функціональної спрямованості, як-от: інформативна (обмін інформацією або важливими відомостями); спонукальна (спілкування з метою висловити прохання, отримати згоду, переконати партнера по бесіді



в чомусь, наказати, вселити віру, налаштувати, наприклад, на оптимістичне й життєрадісне світовідчуття); вступ у контакт, його підтримування; експресивна (містить цілий спектр емоційних переживань – від захоплення, схвалення, неприйняття, осуду до обурення) [4, с. 29]. Запорукою формування й удосконалення мовної та комунікативної компетентності юристів є пролонговане викладання лінгвістичних дисциплін протягом усього періоду навчання у вищому закладі освіти та під час підвищення кваліфікації спеціаліста. При цьому необхідно враховувати ступінь комунікативного наповнення відповідних професій і добирати оптимальні методи та прийоми викладання лінгвістичних дисциплін.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Калита О. П. Мова як раціональна дія в системі формування комунікативної компетентності юриста. URL: https://www.narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/18/statti/kaluta.htm
2. Шестакова С. О. Мовленнєва компетентність як важлива складова комунікативної компетентності юриста. URL: <http://gero.snau.edu.ua/bitstream/123456789/7713/1>
3. Шестопалова Л. Юридико-лінгвістична компетентність правника. Jurnalul Juridic Național: Teorie Și Practică (Национальный юридический журнал: теория и практика). 2019. С. 31-34. URL: <http://www.jurnaluljuridic.in.ua/archive/2019/5/7.pdf>
4. Якимчук М. Ю. Особливості розвитку лінгвістичних здібностей майбутніх юристів. Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки. 2020. № 2. С. 24-30. URL: <http://http://law.journalsofznu.zp.ua/archive/visnik-2-2020/3.pdf>



Драч А. М.

студентка групи Дс 2020-2

Науковий керівник:

Золотарчук Н. І.

канд. мист-ва, доцент кафедри дизайну

ЗВО «Університет Короля Данила»

м.Івано-Франківськ

ЛОГОТИП У ВІЗУАЛЬНІЙ ІДЕНТИЧНОСТІ БРЕНДУ

Логотип – графічний або текстовий символ який представляє певний об’єкт або суб’єкт. Логотип це важлива складова будь-якої компанії – це візитівка, обличчя компанії з яким аудиторія асоціює певну організацію. Також наявність хорошого логотипу в компанії є дуже ефективним маркетинговим інструментом.

Бренд або марка – комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість. Широко використовується в маркетингу та рекламі

Класифікують логотипи за такими критеріями: лінгвістичний (складається з літер, цифр, слів); іконічний (зображення, логотип-картинки, логотип-діаграми, логотип-метафори за образом і асоціацією); комбінований логотип (зображальні і лінгвістичні засоби); абстрактні (за асоціативним підходом), зооморфні (образи птахів і тварин) [7, с. 74-75].

При розробці логотипу слід звертати увагу на всі візуальні компоненти приступати до створення логотипу необхідно після аналізу концепції фірми та актуальних тенденцій. Актуальність теми полягає в тому, що немає єдиного визначення поняття «логотип» і сучасні дослідження даної тематики свідчать про це.

Метою даної публікації є формування уявлення про процес створення логотипу, розуміння його ролі та важливості бренду. Для досягнення мети виокремлено наступні завдання: проаналізувати тенденції логотипів впродовж їх еволюції, проаналізувати і висвітлити кожен з етапів створення логотипу, порівняти логотипи відомих компаній до і після ребрендингу.



Першим і дуже важливим етапом, без якого не можна почати будь-який творчий проект є ідея. Якщо це робота із замовником, першим етапом є створення брифу. Дизайнерський бриф – це технічне завдання на дизайн лого, результат спільної роботи агентства і замовника.

Під час першого етапу роботи з замовником потрібно зібрати якомога більше інформації про побажання клієнта, нюанси та цілі його бізнесу. Як і де буде використовуватися логотип, його аудиторія. Розуміння бачення замовника це тільки частина роботи, наступним етапом є дослідження. На даному етапі роботи агенство самостійно вивчає ринок – конкурентів бренду, їх логотипи та айдентіку, розглядає актуальні візуальні тренди в контексті конкретного проекту [1].

Наступним етапом є створення концепту. Створення концептів логотипу починається з визначення смислового поля та асоціацій, пов'язаних з брендом. Чудовим способом є створення асоціативного ряду слів пов'язаних з брендом, на основі яких потім створюється візуальний образ. Наприклад: логотип відомої мережі ресторанів має вигляд бургера, сама назва компанії відіграє роль котлети у логотипі, а стрілки, що вказують на S та на літери Y на логотипі «Subway», символізують вхід і вихід з метро, тому ви можете їсти по дорозі [2]. На даному етапі виготовляється декілька ескізів майбутнього логотипу для того щоб представити їх клієнту.

Четвертий етап – створення чорнових варіантів. Відібрані ескізи логотипів відтворюються в електронному форматі (як правило, для цього використовується Adobe Illustrator, програма для роботи з векторною графікою). На цьому етапі ескізи логотипів детально опрацьовуються [1].

Вибір кольорової гамми є наступним етапом. Грамотно вибраний колір є дуже важливим етапом розробки логотипу, оскільки він може в значній мірі впливати на психологію Ваших клієнтів, тому що кольори мають певну символіку та різні категорії людей віддають перевагу неоднаковим відтінкам [3]. До прикладу можна взяти зміна кольорової гама у логотипі

McDonald's, компанія вирішила змінити фон логотипу з червоного на зелений, що мало б асоціюватися з здоровою їжею, так само поступили Subway додавши у свій логотип зелений.

Презентація клієнту та фідбек є наступним етапом. Найчастіше показ логотипів клієнту проходить особисто. Сама презентація, як правило, містить не просто варіанти логотипу, але і приклади їх майбутнього використання – на продуктах, в корпоративній документації, рекламних комунікаціях тощо. завданням даного етапу є переконати клієнта у дієвості логотипу.

Фінальним етапом є передача готової роботи клієнту. Після того, як замовник затвердив фінальну версію логотипу, дизайнери здають готову роботу у вигляді паспорта логотипу, а також відтворюють знак в різних форматах для різних носіїв.

Сучасний світ змінюється з неймовірною швидкістю, також швидко все і застаріває. Саме тому підприємцям необхідно пильно стежити за тенденціями і адаптувати під них свою бізнес-діяльність і продукти. Для зміни бренду (окремих його елементів – атрибутів фірмового стилю, назви, лого і т.д.) застосовується сукупність заходів спрямованих для цього (ребрендинг)[4].

McDonald's - відома по всьому світу велика американська мережа ресторанів швидкого харчування. Дана корпорація існує на ринку вже майже 80 років і за цей період встигла провести 10 ребрендингів. Перший логотип був у чорному кольорі і представляв собою напис «McDonald's famous barbecue», у 1953 році логотип став мінімалістичним і забарвленим звичний на червоний колір, у 1961 у логотип добавили усім відому жовту букву «М» яка супроводжує компанію до сьогодні. Недавно компанія вирішила додати у логотип кардинальні зміни, а саме – заміна червоного кольору на зелений викликаючи асоціацію здорового харчування. Знак «М» символізує золоті арки.

Логотип Старбакс за історію свого існування змінювався всього 3 рази. Власники закладу вирішили назвати підприємство честь одного з персонажів культового американського



роману «Мобі Дік» Старбека. Так як Старбек був помічником на кораблі, творці вирішили підтримувати морську тему. Тому для логотипу було обрано образ двохвостої русалки Сирени – морської істоти з давньогрецької міфології. Перший логотип був презентований у 1971 році. Він був коричневого кольору ймовірно тому, що компанія займається продажем кави. Після кризи 1987 года, який отримав назву Чорний понеділок, люди втратили свої гроші. Але організація не збиралась закритися, а для залучення клієнтів вирішила зайнятися ребрендингом. Основним елементом, який внесли на новий логотип, стали дві зірки. Таким чином, творці збиралися виправдати назву кофетини, скориставшись простий асоціацією, зрозумілою навіть для дітей. У цей період логотип став лаконічніше і яскравіше. У 1992 логотип знову змінили. Зміни були направлені на естетичну складову. Останній ребрендинг відбувся в 2011 році і він став наймінімалістичнішим з усіх попередніх і на мою думку це найкращий варіант. У порівнянні з першим він став мінімалістичним, а за рахунок цього більш читабельним.

Burger King представив свіжу айдентику бренду, коріння якої пірнає в минуле. Айдентика відрізняється новим логотипом, кольорами та шрифтом, який відображатиметься на упаковці, формі персоналу та інтер'єрі закладів. Освіжаюче наповнення бренду, для втілення якого знадобилося близько двох років, – перше для Burger King за 20 років. Фернандо Мачадо, керівник маркетингу Restaurant Brands International (материнської компанії Burger King), поділився передісторією ребрендингу: «Джерелом нашого натхнення та прагнення змін став логотип, який ми мали з 1969 по 1999 рік, – сказав він. – Головна відмінність зараз полягає в тому, що ми скоригували колір, щоб зробити його більш живим і більш схожим на кольори їжі. Ми також скоригували пропорції булочки, щоб вона більше нагадувала те, що ми продаємо. Шрифт теж зробили смачним і круглим, як наша їжа». За словами Мачадо, попередній логотип Burger King просто не витримав випробування часом і, що важливо, не був оптимізований для цифрового та мобільного використання.

«Це не та старість, якою милуєшся, – сказав він. – Це фальшиво, як золотий блиск на булочці... адже справжні булочки не блищать» [4].

Висновки: Згідно досліджень сучасні логотипи стають все більш мінімалістичнішими, що надзвичайно добре впливає на читабельність, сприйняття і навіть допомагає в економності компаніям. Проаналізувавши тенденції логотипів і висвітливши кожен з етапів створення логотипу, ми порівняли логотипи відомих компаній. Розробка бренду для компанії – корпоративний брендинг, що є процесом створення її позитивного образу, а імідж бренду відіграє важливу роль.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Створення логотипу. URL: <https://buromt.com.ua/uk/logotype-creation/> (дата звернення: 19.10.2021)
2. Subway Logo Design – History, Meaning and Evolution, URL: <https://turbologo.com/articles/subway-logo/> Victoria Maybach, (дата звернення: 20.10.2021)
3. Етапи розробки логотипу. URL: <https://greencode.com.ua/logo/> (дата звернення: 20.10.2021)
4. Просвирина А. 11 причин провести ребрендинг. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/brending-i-marketing/11-prichin-provesti-rebrending.html> (дата звернення: 21.10.2021).
5. История легендарного логотипа Старбакс. URL: <https://turbologo.ru/blog/starbucks/> (дата звернення: 21.10.2021).
6. Зміна десятиріччя – епоха змін для брендів. 5 найгучніших ребрендингів 2020-го – початку 2021 року. URL: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/zmina-desiatoryichchia-epokha-zmin-dlia-brendiv-5-naihuchnishykh-rebrendynhiv-2020-ho-pochatku-2021-roku/> (дата звернення: 21.10.2021).
7. Гніденко М. С., Колесніков В. В. Дизайн логотипу як основи фірмового стилю. Вісник КНУТД: Технічна естетика, дизайн та мистецтвознавство. № 1 (82). 2015. С. 73 -78.

Дрозд Н.Б.

студент групи Дс-2019-2

Науковий керівник:

І.Я. Матоліч

канд. мистецтв., доц. кафедри дизайну

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

РОЗВИТОК БАРОКО В РИМІ

Центром розвитку мистецтва бароко на межі XVI - XVII ст. був Рим. «Римське бароко» – потужний художній стиль у мистецтві Італії другої половини XVI - XVII ст., насамперед зародився в архітектурі та ідеологічно пов'язаний з католицтвом та Ватиканом. Архітектура цього міста у XVII ст. є абсолютно протилежною до стилю Ренесанс і разом з тим міцно пов'язана з ним.

Майстрів бароко пов'язують з мистецькими традиціями Відродження, з його гармонійністю та врівноваженістю. Архітектори бароко включають у цілісний архітектурний ансамбль не тільки окремі споруди, але й площі вздовж вулиці. Початок і кінець вулиць неодмінно позначені якимись архітектурними (площі) або скульптурними (пам'ятники) акцентами. Представник раннього бароко, архітектор Доменіко Фонтана (1543-1607) вперше в історії містобудування застосовує трипроменеву систему вулиць, які розходяться від П'яцца дель Пополо («Народна площа») до головного в'їзду в місто. Обеліски і фонтани, поставлені у точках сходу променевих проспектів і в їхніх кінцях, створюють майже театральний ефект, який йде вдалину перспективи. Принцип Фонтана мав величезне значення для всього подальшого європейського містобудування [2].

На зміну статуї приходять обеліск з його динамічною спрямованістю вгору, а найчастіше – фонтан, рясно оздоблений скульптурою. Блискучим прикладом барокових фонтанів були твори Берніні: «Тритон» (1643) на площі Барберіні та фонтан «Чотирьох рік» (1648-1651) на площі Навона.

Разом з тим в епоху раннього бароко не стільки створювалися нові типи палаців, вілл, церков, скільки було посилено декоративний елемент: інтер'єр багатьох ренесансних палаців перетворився на анфіладу пишних покоїв, ускладнився декор порталів, барокові майстри багато уваги почали приділяти внутрішньому двору, палацовому саду. Особливого розмаху досягла архітектура вілл з їх багатим садово-парковим ансамблем. Як правило, тут центральна під'їзна дорога, парадний зал вілли та головна алея парку по іншу сторону фасаду проходять по одній осі. Балюстради, скульптури, фонтани щедро прикрашають парк. Декоративний ефект ще більше посилюється розташуванням усього ансамблю на крутому рельєфі місцевості [1].

У той час як епоха Відродження спиралася на багатство та могутність італійських дворів і була поєднанням світських та релігійних сил, бароко було пов'язане з Контрреформацією, рухом всередині католицької церкви за реформування у відповідь до протестантської Реформації. Архітектура бароко, її прикраси були більш емоційними, а також свідчили про багатство та могутність католицької церкви.

Низка церковних будівель періоду бароко в Римі мали план, що базувався на італійській базиліці з перехрещеними куполом і нефом. Однією з перших римських споруд, що порушила попередні конвенції маньєризму, була церква Санта-Сусанна, спроектована Карло Мадерно. Динамічний ритм колон і пілястр, центральне оздоблення, виступ та стисла центральна обробка додають конструкції складності. Елементи дизайну цієї церкви свідчили про відхід від панівного в той час маньєристичного архітектурного стилю [2].

П'єтро де Кортона. Гра з пластичністю, масивністю, драматичними ефектами, тінню та світлом очевидна в архітектурних роботах П'єтро да Кортона, проілюстрованих його дизайном SantiLuca e Martina (будівництво якого розпочато в 1635 р.). Це, мабуть, перший пластичний бароковий фасад церкви в Римі. Фасад будівлі з її портиком і увігнутими бічними крилами дуже нагадує театральну сцену і виступає вперед, так що вона



істотно заповнює крихітну трапецієподібну площу. П'єтро да Кортонна відновив споруду Санта-Марія-Делла-Пейс, додавши у фасад барокові елементи.

Джан Лоренцо Берніні. Інші римські ансамблі періоду бароко та пізнього бароко також наповнені театральністю і, як міські театри, забезпечують фокус в навколишньому міському пейзажі. Мабуть, найвідомішим прикладом такого підходу є площа святого Петра, що є бароковим шедевром. Площа, спроектована Лоренцо Берніні, утворена головним чином двома колонадами окремо стоячих колон з центром на єгипетському обеліску. Улюбленим дизайном Берніні була його овальна церква Сант'Андреа аль-Квірінале, прикрашена кольоровим мармуром та золотим куполом. Його світська архітектура – Палаццо Барберіні та Палаццо Чигі-Одескалчі (1664), обидва в Римі. Площа Святого Петра є знаковим прикладом театральності бароко [3].

Франческо Борроміні. Суперник Берніні, архітектор Франческо Борроміні, створив проекти, які різко відхилялися від звичайних композицій античного світу та Відродження. Його плани забудови базувались на складних геометричних фігурах, архітектурні форми були незвичними та винахідливими. Він використовував багатошарову символіку у своїх архітектурних проєктах. Шедевром Борроміні є мініатюрна церква Сан-Карло-алле-Кватро-Фонтане, що відрізняється складним розташуванням плану, який частково овальний, а частково хрестоподібний. Цим архітектор надає їй складних увігнутих ритмів стіни.

Карло Фонтана. Після смерті Берніні в 1680 році Карло Фонтана став найвпливовішим архітектором, що працював у Римі в період бароко. Його ранній стиль ілюструється злегка увігнутим фасадом Сан-Марчелло-аль-Корсо. Академічний підхід Фонтани, хоч і не мав сліпучої винахідливості його попередників, проте він справив істотний вплив на архітектуру бароко. Адже завдяки його працям та ученням кілька архітекторів, яких він підготував будуть поширювати барокові ідеї по всій Європі XVIII століття [3].

Стиль бароко з'явився під час розквіту економіки в Європі.

Церква надавала великі кошти та заохочувала розвиток мистецтва й архітектури у цей час. Бароко вперше було визнане як архітектурний стиль в Італії. Найвидатніші майстри прагнули бути частиною цього стилю та проєктували легендарні споруди, які й сьогодні є найпривабливішими пам'ятками архітектури та мистецтва. Бароко здійснило значний вплив на містобудування столиці Італії. Отже, для архітектури бароко характерні ансамблевість, синтетичність, насиченість деталями фасадів, багатство внутрішнього оздоблення, динамізм рішень тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Архітектура бароко: веб-сайт. URL: <https://courses.lumenlearning.com/boundless-arthistory/chapter/architecture-of-the-baroque-period/> (дата звернення 08.10.2021).
2. Архітектура, мистецтво і скульптура бароко: веб-сайт. URL: <https://www.britannica.com/art/Baroque-art-and-architecture/Architecture-painting-and-sculpture> (дата звернення 20.10.2021).
3. Італійське мистецтво: веб-сайт. URL: https://stud.com.ua/4361/kulturologiya/italiyske_mistetstvo_xvii_stolittya (дата звернення 16.10.2021).

Дронь Д. А.

молодший фаховий бакалавр
Коледж Університету Короля Данила
Науковий керівник:

Острогляд Олександр Васильович

кандидат юридичних наук, доцент
Університету Короля Данила
м. Івано-Франківськ

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ КРИМІНАЛЬНОГО ПРАВОПОРУШЕННЯ

Сучасні реалії нашої держави характеризуються швидким темпом розвитку інтелектуальної діяльності, а це в свою чергу змушує до постійного розвитку законодавства України для



захисту від посягань на цей вид діяльності, який без сумніву є одним із найважливіших для країни. Можемо помітити, що в останні декілька років стан інтелектуальної власності у правовій сфері почав покращуватись завдяки низці реформ та законопроектів—засновано у 2017 р. Вищий суд з питань інтелектуальної власності (або ІР–суд), здійснено зміни в законах та законопроектах (наприклад: № 4614, № 5699, № 7538), а також у 2020 р. створено Національний орган інтелектуальної власності—«Український інститут інтелектуальної власності» (Украпатент).

Нині в Україні, для належної охорони інтелектуальної власності, створено певну законодавчу базу, низку законів про інтелектуальну, творчу діяльність та інші підзаконні акти. Ці законодавчі засади загалом спроможні забезпечити охорону інтелектуальної власності на належному рівні, хоча сама система охорони інтелектуальної власності не позбавлена низки істотних недоліків, суперечливих положень, окремих неузгодженостей та прогалин. Саме тому одним із фундаментальних способів охорони інтелектуальної власності є кримінально–правовий [1, с. 285].

У теорії кримінального права питання права інтелектуальної власності досліджено взагалі недостатньо. Ця категорія вивчається вченими цієї галузі права передусім у контексті об'єктів злочинів у сфері інтелектуальної власності. Проаналізувавши позиції ряду вчених (Н.О. Гуторової, О.О. Дудорова, С.Я. Лихової та ін.), П. П. Андрушко прийшов до висновку, що родовим об'єктом злочинів у сфері інтелектуальної власності є право інтелектуальної власності, а основними безпосередніми об'єктами—право інтелектуальної власності на окремі об'єкти права інтелектуальної власності [5, с. 2].

Під злочинами проти інтелектуальної власності варто розуміти сукупність злочинних посягань на встановлений порядок володіння, користування чи розпорядження об'єктами права інтелектуальної власності, в результаті яких заподіюється шкода конкретним правовласникам [2, с. 234].

Проте, Кримінальний кодекс (далі – КК) немає окремого розділу, який би врегульовував відносини у сфері права інтелектуальної власності. Зазвичай це ст. 176 КК (порушення авторських і суміжних прав), ст. 177 КК (порушення прав на винахід, корисну модель, промисловий зразок, топографію інтегральної мікросхеми, сорт рослин, раціоналізаторську пропозицію), ст. 229 КК (незаконне використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, кваліфікованого зазначення походження товару), ст. 231 КК (незаконне збирання з метою використання або використання відомостей, що становлять комерційну або банківську таємницю), ст. 232 КК (розголошення комерційної або банківської таємниці). Не можна не погодитися з тим, що наявність кримінально-правових заборон, спрямованих на охорону прав на об'єкти інтелектуальної власності – необхідність, викликана інтенсивним розвитком інформаційного суспільства.

Зауважимо, що КК містить і деякі інші норми, які певним чином стосуються охорони інтелектуальної власності. Вони, однак, передбачають кримінальну відповідальність за діяння, які безпосередньо порушеннями прав інтелектуальної власності не визнаються, а тому питання удосконалення цих заборон мають вирішуватися в контексті оптимізації відповідальності за господарські (економічні) злочини. Ідеться щонайменше про:

1) ст. 203–1 КК «Незаконний обіг дисків для лазерних систем зчитування, матриць, обладнання та сировини для їх виробництва». Цей злочин передусім порушує встановлений законодавством порядок здійснення відповідної господарської діяльності, водночас посягаючи (поряд із системою оподаткування й моральними засадами суспільства в частині розповсюдження інформації) на авторське право й суміжні права;

2) ст. 216 КК «Незаконне виготовлення, підроблення, використання або збут незаконно виготовлених, одержаних чи підроблених контрольних марок». Видача контрольних марок має на меті протидіяти ввезенню, виготовленню та реалізації так званої піратської продукції, робити споживчий ринок більш контрольованим і прозорим. Вчинення злочину, передбаченого



ст. 216 КК, порушує встановлений порядок обігу контрольних марок, інтереси споживачів і порядок здійснення господарської діяльності, пов'язаної з розповсюдженням примірників аудіовізуальних творів, фонограм, відеограм, комп'ютерних програм, баз даних [4. ст. 4].

Якщо ми звернемося до Конституції України, то побачимо, що у ст. 54 вказано, що громадянам гарантується захист інтелектуальної власності. Громадянам гарантується свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, їхніх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності. Кожний громадянин має право на результати своєї інтелектуальної, творчої діяльності; ніхто не може використовувати або поширювати їх без його згоди, за винятками, встановленими законом.

Людство звикло, що таке нематеріальне благо, як об'єкти інтелектуальної власності не визнаються предметами злочинів проти власності, вважають, що про викрадення подібного можна говорити лише фігурально. Проте, недотримання прав інтелектуальної власності призводить до порушення двох фундаментальних принципів ринкової економіки—права власності й чесної конкуренції.

Ще однією проблемою у процесі притягнення до кримінальної відповідальності осіб за посягання на інтелектуальну власність, що належно не висвітлено в науковій літературі, є різне тлумачення поняття та розміру матеріальної шкоди, завданої умисним порушенням відповідних прав інтелектуальної власності. На жаль, доводиться констатувати, що чинне законодавство України не дає чіткої відповіді на те, як саме має визначатись завдана матеріальна шкода. З—поміж проблем охорони інтелектуальної власності виокремлюється і недостатня обізнаність суспільства в цьому питанні, що призводить до порушень прав інтелектуальної власності, а також не дає змоги своєчасно ввести об'єкти права інтелектуальної власності в цивільний обіг, а це негативно позначається на економічному розвитку

держави та отриманні належного прибутку його громадянами. Захист права інтелектуальної власності в Україні здійснюють два міністерства (МОН та МВС), чотири цивільні відомства та СБУ. У державі практично не існує єдиної статистики охорони та захисту об'єктів права інтелектуальної власності.

Для закріплення даного матеріалу пропонуємо поглянути на витяг із судового рішення щодо «піратського» розповсюдження фільмів. В правовому світі фільми є аудіовізуальними творами, що захищаються авторським правом, недотримання якого передбачає відповідальність, в тому числі і кримінальну.

До суду передано справу № 759/6479/21 від 06 травня 2021 за обвинувальним актом, в якому обвинувачується власник сайту за ч.1 ст.176 КК України, яка передбачає відповідальність за навмисне порушення авторських прав, та незаконного фінансування. Прокурор стверджував, що обвинувачений придбав сайт на якому самостійно розмістив фільми виробництва Warner Bros. Entertainment, за допомогою яких отримував прибуток від рекламодавців. Судом обвинувачено вирок ст. 176 КК України—незаконне розповсюдження аудіовізуальних творів права на які йому не належать, чим завдав компанії Warner Bros. Entertainment Inc. (Warner), представником якої в Україні є Українська антипіратська асоціація по захисту прав на музичні, аудіовізуальні твори та комп'ютерні програми, матеріальну шкоду.

Обвинувач визнав свою провину, та домовився із представником правовласника про матеріальне відшкодування поза кримінальним провадженням, чим цивільний позов було відкликано.

Отже, можемо зробити висновок, що проблема врегулювання правопорушень у сфері інтелектуальної власності чинним законодавством України, хоч і відбувається, але не на належному рівні. Воно потребує безліч доповнень і поправок, а то й взагалі бало відокремлення цілого розділу для такого роду кримінальних правопорушень, адже вони у сучасних реаліях у цій сфері без сумніву вони будуть все більше і більше поши-



рені, так як ми живемо в еру цифрових технологій. Як відомо, законодавство покликане врегульовувати будь-які правовідносини, і тому переконаний, важливим буде нагальне вирішення «шляхів» налагодження правовідносин у цій сфері для майбутнього запобігання правопорушень у ній.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Романюк Ігор “Інтелектуальна власність: кримінально-правові аспекти дослідження” 2017, с. 284-289

2. Новіков О. В. “Злочини проти інтелектуальної власності: поняття, види, сучасний стан та тенденції розвитку” 2019, с. 234-238

3. Кримінальний кодекс України // Відомості Верховної Ради України : кодекс від 05.04.2001, редакція від 04.10.2021

4. О.О. Дудоров “Проблеми кримінально-правової охорони інтелектуальної власності в Україні” 2015, с. 50-68

5. І.С. Кравченко “Право інтелектуальної власності як об’єкт адміністративно-правового захисту” 2008, с. 1-6.

Зеленюк Мар’яна Романівна

студентка групи Жс-2019

Селепій Ольга Вікторівна

студентка групи Жс-2019

Науковий керівник:

Вітранчик Лідія Василівна

кафедра журналістики, реклами та

зв’язків з громадськістю

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

«DIGITAL БРЕНДИНГ, ЯК НОВИЙ ВИД МАРКЕТИНГУ В ЦИФРОВУ ДОБУ»

За останнє десятиліття суспільні процеси значно трансформувалися з розвитком сучасних технологій. Розширились можливості монетизації в Інтернет-мережі, які конкурують, а

в деяких випадках і переважають, над традиційними медіа: газетами та журналами, телебаченням, зовнішньою та внутрішньою рекламою. Змінилися і маркетингові підходи, зокрема від концепції продажу до концепції залучення. Якщо мета першого – продати товар, не турбуючись про задоволення споживача після купівлі, то концепція маркетингу є філософією бізнесу, що фокусується на потребах споживачів.

Компанії змушені бути там, де є споживачі. А оскільки сучасний ринок в Інтернеті, то бренди використовують сайти, соціальні мережі та інші Інтернет-ресурси для ефекту присутності в мережі. Розміщення реклами в Інтернеті забезпечує можливість домогтися при невеликих рекламних бюджетах охоплення широкої аудиторії, а контент став основним інструментом маркетологів для забезпечення лояльності та довіри до бренду, для впізнаваності цільовою аудиторією та для збільшення охоплення і залученості споживачів. З огляду на це, цілком природно, що наявні класичні концепції брендингу можливо застосовувати для розроблення та просування брендів шляхом взаємодії зі споживачами на цифрових пристроях, зважаючи на те, які з них вони частіше використовують у повсякденності.

Теоретичні та методичні аспекти бренд-контенту досліджували зарубіжні та українські фахівці: Котлер Ф., Мак-Кі Р., Одден Л., Вебер К., Каплунов Д., Сенаторов А., Халілов Д., Саїдова Г., Савицька Н. та інші. Зокрема, наприклад, Котлер Ф. Мак-Кі Р. вивчали маркетинг у пострекламну добу, Банкін А., Каплунов Д., Коноплицький С., Савицька Н., Одден Л., Саїдова Г. досліджували контент-маркетинг, а Халілов Д., Герасікова Е., Боднар А., Вебер К. займались вивченням маркетингу у соціальних мережах та Інтернеті загалом.

Актуальність теми роботи зумовлена тим, що маркетинг розвивається відповідно до сучасних реалій: пряма реклама вже не працює, їй на зміну приходить цифровий маркетинг, як відповідь на банерну «сліпоту» цільової аудиторії.

Банерна сліпота – це тип споживацької поведінки, що виражається у схильності ігнорувати елементи вебсторінок, які



вони сприймають (помилково, чи ні) як рекламу [2].

Цифрова революція сприяла розвитку сучасного мережевого суспільства, що передбачає виникнення багатьох соціокультурних змін. Сьогодні ми живемо у суспільстві, де сайти соціальних мереж є платформою для будь-яких видів діяльності, як ділових, так і особистих, а комунікабельність у них різко зросла. Більшість користувачів соціальних мереж відвідують їх щодня. А віртуальне життя стає більш соціальним, ніж фізичне, хоча воно все ще відображає реальне життя людей, при цьому облегшуючи його [4].

Сьогодні користувачі постійно завалені рекламою та інформацією до такої кількості, що багато хто з них звертаються до таких рішень, як блокувальники реклами, або хворіють банерною сліпотою [5]. Брендований контент став ефективною відповіддю на все більш насичений ринок.

На відміну від традиційної реклами digital-branding не продає, а прагне взаємодіяти з потенційним клієнтом. Йдеться швидше про створення онлайн-ідентичності та позитивного уявлення, а не про те, щоб надихати людей на одноразову покупку

Мета digital брендингу – генерація позитивного образу і сприйняття бренду. Його використовують для того, щоб компанію краще і швидше запам'ятовувала аудиторія в мережі, а також щоб комунікація з нею ставала все ефективнішою [3].

Брендований контент – це метод маркетингу, який включає створення контенту, який безпосередньо пов'язаний з брендом, дозволяючи споживачам встановити зв'язок з ним. Брендovаним визнається той контент, в якому головна роль наділена практичною цінністю, розважальною або іншою складовою, а другорядна належить бренду, який за рахунок корисності публікації отримує лояльність цільової аудиторії.

Основними платформами для публікації свого брендovanого контенту у цифрову добу є соціальні мережі (від англ. Social networking service) – різноманітні платформи, онлайн-сервіси або вебсайти, призначені для побудови, відображення і органі-

зації соціальних взаємин, візуалізацією яких є соціальні графі [1].

Маркетинг в соціальних мережах, тобто комплекс маркетингових заходів, спрямованих на привернення уваги до продукту, просування бренду, продукту, послуг через зазначені платформи, стрімко розвивається. Правильний вибір способів, інструментів та методів просування здатний сприятливо вплинути на життєздатність та конкурентоспроможність брендів на ринку.

Digital брендинг або ж цифровий брендинг це перш за все орієнтація бренду на цифрове середовище, онлайн та будь-які цифрові носії, адже це завжди більша кількість клієнтів, споживачів та цільової аудиторії за рахунок різноманітних каналів комунікацій, а також велика перевага у швидкості та точності донесення інформації.

Загалом, до основних характеристик цифрового брендингу, як засобу глобальної маркетингової комунікації, можна віднести: досить інформативне наповнення web-сайту і миттєвий діалог зі споживачем; персоніфікація повідомлень конкретному користувачеві (споживачеві) залежно від його демографічного і соціального портрету; високий ступінь зручності і ефективності Інтернет-ресурсу.

Інтернет і соціальні мережі стали невід'ємною частиною життя людей. Мережеве суспільство, де основою комунікації є соціальні зв'язки через соціальні мережі призвело до того, що величезну кількість часу користувачі проводять у віртуальному світі, здійснюючи всі необхідні дії і операції. Уже нема потреби користуватись іншими видами зв'язку, адже через Інтернет та соціальні мережі можна спілкуватись у всіх сферах діяльності: від ділового спілкування до особистого. Тому брендам необхідно бути присутніми на даних майданчиках для успішного розвитку, а вдало обрані інструменти просування в соціальних мережах здатні принести користь, підвищити активність, лояльність і кількість клієнтів, збільшивши продажі і забезпечуючи конкурентоспроможність на ринку.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вебер К. Сравнительный анализ социальных сетей / К. Вебер, А. Пименова. // Вестник ТГУ. – 2014. – №2. – С. 634–636.
2. Баннерная слепота: почему пользователи игнорируют рекламу и что с этим делать [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://vc.ru/design/39971-bannernaya-slepota-pochemu-polzovateli-ignoriruyut-reklamu-i-chto-s-etim-delat>.
3. Бренди́рованный контент: что это, почему его надо использовать [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://webevolution.ru/blog/marketing/brendirovannij-kontent-chto-eto-pochemu-ego-nado-ispolzovat/>
4. Impact of Social Media on a Networked Society [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.insightssuccess.in/impact-social-media-networked-society/>.
5. What is Branded Content? Definition, Advantages and Examples [Электронный ресурс] – Режим доступа до ресурсу: <https://www.cyberclick.net/numericalblogen/what-is-branded-content-definition-advantages-and-examples>

Іванишин С. В.

студентка групи Ас-2020-1

Науковий керівник:

Гусар К. Д.

ст. викладач кафедри архітектури та будівництва

ЗВО «Університету Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ВПЛИВ РЕЛЬЄФУ НА АРХІТЕКТУРУ БУДІВЛІ

Архітектура – це одночасно наука і мистецтво проектування будівель, а також певна система, яка формує просторове середовище для комфортного життя і діяльності людей відповідно до законів краси. Створення архітектурного простору, що задовольняє потреби людини – одне з головних завдань архітектури і містобудування. Враховуючи навколишнє середовище, об'єкт

проектування, контингент майбутніх мешканців чи користувачів, архітектор створює, використовуючи відповідні прийоми, потрібний характер майбутньої будівлі.

В сучасному світі, проєктуючи будівельні об'єкти, все більше уваги приділяється питанням раціонального використання земельних ресурсів з урахуванням максимального збереження їх природної унікальності. Особливо актуальна дана тема при архітектурному проєктуванні в межах міських агломерацій. Міра деградації включених в міську територію природних ресурсів зростає прямо пропорційно інтенсивному розвитку міст. Такими природними ресурсами є території з виразним і складним рельєфом, які часто можуть володіти не тільки високими естетичними і рекреаційними якостями, але і культурно-історичною значущістю [1, с. 3].

Природний рельєф території, який відіграє головну роль в плануванні і забудові міста, в організації стоку поверхневих вод задає характер міста чи окремого будівельного об'єкту.

Проте сьогодні проблема ефективного використання земельних ділянок з вираженим рельєфом все частіше залишається без належної уваги. Історично склалося так, що будівництву великих або малих міст завжди передувало зведення житла. Місця для будівництва своїх домівок люди завжди обирали в найбільш сприятливих природних умовах: в долинах рік, серед укритих від сильних вітрів горбів і часто поблизу джерел необхідних ресурсів. Все це певним чином сприяло інтенсивному зростанню і розвитку поселень. Природний рельєф і природне оточення – це відправні точки для створення будь-якого проєкту будівлі або споруди. Вони повинні займати основне положення при формуванні об'ємно-планувального рішення архітектурного об'єкта, який в своєму закінченому вигляді буде продовжувати композицію природного середовища.

При оцінці території розглядаються в сукупності всі характеристики рельєфу місцевості, які мають містобудівельне значення: напрямок схилів, крутизна, перепад вищих і нижчих відміток, ступінь пересіченості [2].



Розглядаючи рельєф території, як середовища для подальшої забудови, варто навести загальноприйнятій категорії місцевості, залежно від виду складності рельєфу:

1) рельєф малої складності (малогорбистий) – середній ухил до 50% і глибина вертикального розчленування 20 - 100 м.;

2) рельєф середньої складності (сильногорбистий) – середній ухил більше 50%, глибиною розчленування до 200 м.;

3) рельєф великої складності (гірський) – середній ухил більше 50 %, глибина розчленування понад 200 м. [3]

Найбільш придатні для забудови дві перші категорії місцевості, де можна застосовувати різні типи вирішень архітектурних об'єктів [4]. Будівництво в гірських районах можливе лише за наявності локальних ділянок із рельєфом, що близький за характеристиками до двох перших категорій. У районах третьої категорії пропонується використання двох принципів взаємодії архітектури і ландшафту: «поляризація» і «інтеграція». У першому випадку архітектура протиставляється природному ландшафту, у другому – зливається з ним. При «поляризації» обсяг будівлі відривається від землі. Приміщення піднімаються над природним ландшафтом за допомогою колон і опор. Поверхня землі залишається незайманою в своєму первісному природному вигляді. При цьому точки дотику будівлі з рельєфом мінімальні. На елементи сполучення лягає найбільше естетична навантаження, так як вони показують роботу конструкції і місце, де проходить межа між природним і рукотворним. Логіка сполучення конструкції з поверхнею землі поширюється на образ всієї будівлі. Саме конструкція стає головним засобом виразності.

При «інтеграції» будівля гармоніює в природному ландшафті, органічно вписується в рельєф за допомогою таких елементів як тераси, пандуси, сходи, підпірні стінки. Один з головних прийомів єднання будинку і природи – підпорядкування архітектури будівлі перепаду рельєфу. Природні матеріали, такі як камінь, дерево, штукатурка підсилюють зв'язок між будинком і природою. Велику роль відіграє озеленення вертикальних і горизонтальних поверхонь будівлі. У композиціях, побудованих

за принципом «інтеграції» головним засобом виразності стає форма, що виражає ступінчасту динаміку. Формоутворення будівлі розгортається через ритм горизонтальних площин [5].

На етапі проектування об'єкта, рельєф зазвичай відображається у вигляді серії сходинок в моделі, кожна з яких позначає відрізок похилої поверхні відповідно до масштабу макета. Такі моделі допомагають візуалізувати особливості рельєфу і їх взаємодію з архітектурою будинку.

На великомасштабних топографічних картах рельєф відображають вигнутими лініями (горизонталями), майже паралельними один одному. В місцях, де відстань між горизонталями скорочується є крутий спуск або підйом. Чим далі один від одного лінії, тим спокійнішим є рельєф ділянки. Зміни рельєфу, пов'язані зі зведенням будинку, а також під'їзних доріжок, тротуарів, тощо, відзначають суцільними, червоними лініями – проєктними горизонталями, накладеними поверх існуючих.

Отже, планувальна структура будинків на рельєфі при своїй компактності вигідно відрізняється гнучкістю і здатністю до трансформації. Проектуючи об'єкти, архітектор повинен піклуватися про органічне включення їх в природне середовище. Тобто ведеться творчий пошук, направлений на забезпечення індивідуальності і естетичної виразності житлової забудови з використанням унікальних властивостей рельєфу. Особливості складного рельєфу примушують шукати нові, найбільш відповідні конкретній ситуації рішення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Богущ Н. Особливості об'ємно-планувальних рішень житлових будівель для територій зі складним рельєфом. Студентські наукові дискусії поза форматом: архітектура, економіка, право: матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної конференції, (м. Івано-Франківськ, 12 квітня 2019 року). – Івано-Франківськ: Редакційно-видавничий відділ Університету Короля Данила, 2019. – С.3-5.

2. Ліпянін В.А., Стародуб І.В. Інженерна підготовка і бла-



гоустрій міських територій. Навчальний посібник. – Рівне. : 2015. – 293 с.

3. Карбан А.А., Шкільні комплекси на територіях зі складним рельєфом в Україні: зарубіжний досвід проектування і будівництва Архітектурний вісник КНУБА. Випуск 11-12 (2017)

4. Суворов В. О. Типология объемно-планировочных решений жилища для территорий со сложным рельефом. Архитектон: известия вузов № 47: стр. 80-93, 2014. URL: <http://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/viewer.html>

5. Соколов Д. Особенности проектирования домов на рельефе – URL: <http://www.magazindomov.ru/2013/08/01/osobennosti-proektirovaniya-domov-narelefe/>

Іванців М.І.

студентка групи Юс-2018-16

Науковий керівник:

к.ю.н., доц. **Лаворик А.В.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ХАРАКТЕРИСТИКА ПСИХОЛОГІЧНОГО НАСИЛЬСТВА, ЯК ОДНОГО ІЗ ВИДІВ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЛЯ

Завдяки громадському резонансу багато країн світу перестали порівнювати домашнє насильство до сімейних сварок і вивели в окремий склад злочину.

Будь-яке насильство є явищем, що надає негативний вплив на здоровий стан суспільства. Таке явище як насильство в сім'ї є особливо руйнівним і проявляється у всіх верствах суспільства, торкаючись людей різного віку.

Варто відмітити, що одним із підвидів домашнього насилля виділяють психологічне насилля, яке являється одним із найбільш тяжко доказуваних і майже невидимих для суспільства [2].

Психологічне насильство – це форма домашнього насиль-



ства, що включає словесні образи, погрози, у тому числі щодо третіх осіб, приниження, переслідування, залякування, інші діяння, спрямовані на обмеження волевиявлення особи, контроль у репродуктивній сфері, якщо такі дії або бездіяльність викликали у постраждалої особи побоювання за свою безпеку чи безпеку третіх осіб, спричинили емоційну невпевненість, нездатність захистити себе або завдали шкоди психічному здоров'ю особи. Так розриває поняття психологічного насилля коментар до Кримінального Кодексу України ст. 126-1. Безпосередньо єдиної статті яка стає на захист проти домашнього насилля та його підвидів [3].

Так, якщо розкривати питання психологічного насилля можна констатувати той факт, що раніше домашнім насильством вважалися інциденти у подружжі, але на даному етапі законодавець розширив коло осіб, що може нести відповідальність за домашнє насилля. До цього кола осіб можна віднести колишнього чоловіка/дружину, громадянські шлюби (спільне проживання без реєстрації). Що без сумніву покращило становище жертви злочину.

Але щодо питання виявлення психологічного насилля у сім'ї та притягнення винних осіб до відповідальності залишається відкритим і дуже спірним.

Важливим фактором є самоідентифікація особи, як жертви психологічного насильства. Тут спрацьовує наступний алгоритм: людина, яка не усвідомлює, що страждає від насильства, не розуміє й протиправності цих дій, тому з її боку жодних кроків для подолання насильства бути не може [1].

Наступним ключовим моментом у доказуванні психологічного насилля є наявність очевидців та свідків психологічного насилля. Свідки, як правило, бачать поодинокі прояви цих видів насильства і часто не знають усієї глибини та системності проблеми. Намагання зробити так, щоб у проявів насильства були такі свідки є дуже важливим фактором.

Наступним, на нашу думку, ґрунтовним елементом наявного психологічного насилля є відео та фотофіксація фактів пси-



хологічного насильства, запис розмов, погроз, психологічного тиску, шантажу на мобільний телефон та диктофон.

Стаття 6 Закону України «Про запобігання та протидію домашньому насильству» визначає коло суб'єктів, що здійснюють заходи у сфері запобігання та протидії домашньому насильству, які взаємодіють між собою, до яких необхідно і потрібно звертатися задля фіксації факту психологічного насилля, що значно полегшить жертві злочину довести вину кривдника [4].

Звичайно, дані складові підтвердження факту психологічного насилля у сімі не є вичерпними, але впевнено можемо стверджувати той факт, що статистика про заявлення і виявлення, розкриття та притягнення винних до кримінальної відповідальності є динамічною у порівнянні з іншими роками. Так, кількість кримінальних судових справ про домашнє насильство зросла втричі за останній рік. У 2019 році велося 626 кримінальних справ, у 2020 їх стало вже 1877 [5].

Збільшення кількості судових справ можна вважати позитивною тенденцією: все більше жінок дізнаються про можливість відстоювати свої права в суді та звертаються по допомогу. Чітко прописані алгоритми дій від волонтерських організацій також вносять неабияку позитивну лепту у боротьбі із даним видом злочинності.

Звичайно, багато позитивних моментів у боротьбі з даним видом злочинів ми можемо запозичати у європейських країн, де питання домашнього насилля, а зокрема і психологічного насилля розглядається не один рік. Ратифікація Стамбульської конвенції, а також наявність чіткого механізму не тільки по розкриттю, а і безпосередньому захисті жертв даного виду злочину являється основоположною основою для урегулювання даного питання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Злочин проти статевої свободи і статевої недоторканності особи: особливості законодавчого регулювання сьогодення Електронний ресурс. Режим доступу: <https://>

docplayer.net/117282541-Zlochyn-proti-statevoyi-svobodi-i-statevoyi-nedotorkannosti-osobi-osoblivosti-zakonodavchogo-regulyuvannya-sogodennya.html

2. Іванов Ю. Ф. Кримінологія: навч. посіб. / Ю. Ф. Іванов, О. М. Джужа. – К. : Вид. ПАЛИВОДА А. В., 2006. – 264 с. Електронний ресурс. Режим доступу:: <http://textbooks.net.ua/content/category/8/1/11>

3. Кримінальний кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 25-26. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>

4. Моніторинг ситуації реагування правосуддя на вчинення домашнього насильства за ознакою статі. Електронний ресурс. Режим доступу: <https://www.dcaf.ch/sites/default/files/publications/documents/Ukrainian%202019%20PRAVO%20Monitoring%20report.pdf>

5. Судова статистика. Електронний ресурс. Режим доступу: https://court.gov.ua/inshe/sudova_statystyka/nasilstvo_20

Івасик В.В.,

студент групи Мас-2020

Науковий керівник:

Косьмій М.М.

доктор архітектури, доц.

ЗВО «Університет Короля Данила»

УРБАН-ФЕРМИ, ЯК ЕЛЕМЕНТ ОЗЕЛЕНЕННЯ В УМОВАХ МІСЬКОЇ ЗАБУДОВИ

Прискорення темпів урбанізації призводить до того, що на придатних до вирощування агропродукції землях активно зводяться багатопверхівки та об'єкти інфраструктури. Тож овочі, зелень та фрукти для міст-мільйонників доводиться везти здалеку, що не дуже добре позначається на їх свіжості. Між тим, значна частина вказаної продукції може вироблятися в межах міст, причому цілорічно [1].

В основу наших досліджень, вертикальні ферми забезпечують не тільки просторову, але й економічну оптимізацію. Багаторусне розміщення рослин дає можливість значно збільшити обсяги виробництва продукції в розрахунку на квадратний метр (рис.1). Колись схожим революційним рішенням в агросекторі стала ідея створення теплиць. Проте її результатами повною мірою змогли скористатися лише кілька країн, насамперед, сьогоднішні лідери високотехнологічного сільгоспвиробництва – Нідерланди та Ізраїль [1].

Свого часу Діксон Деспоммер, професор Колумбійського університету (США), розрахував ефективність так званого вертикального господарства й запропонував перенести його в закриті приміщення зі строго контрольованими умовами. На відміну від звичайної теплиці, витрата води й тепла на одиницю продукції у вертикальних фермах є набагато меншою. Тому тут найвигідніше вирощувати рослини з коротким циклом росту, наприклад, різноманітну зелень. Базилік на вертикальній фермі зростає 3 тижні, а не 7–8, як зазвичай, рукола – біля 2 тижнів замість семи [1].

У великих містах на сьогоднішній день відсутні вертикальні ферми виробництва агропродукції і тому назріла потреба в її організації.



Рис.1 Wakertilly

Що стосується переваг, то можна сказати, що для даного

процесу є скорочений виробничий цикл, мінімізація витрат на транспортування і зберігання, а також компенсація наслідків не врожаїв у традиційному землеробстві та сезонних коливань цін на продукти.

Організувати сучасну урбан-ферму, яка забезпечить масштабне місцеве виробництво та збільшить доступність безпечної та поживної їжі. Я пропоную використовувати аеропоніку для вирощування листової зелені без сонця або ґрунту в повністю контрольованому середовищі. Технологія дає можливість цілорічного виробництва, при цьому, за їхніми словами, використовується на 95 відсотків менше води, ніж для польового землеробства, що призводить до підвищення врожайності в 400 разів на квадратний метр щорічно.

Щільно забудовані міські території отримують велику вигоду від додаткової зеленої зони, результатом дії якої стане скорочення зайвого тепла, що накопичується, дощових стічних вод і вуглекислого газу (рис.2).

Як екологічно чистий засіб, його ціль полягає в тому, щоб використовувати тільки сонячну енергію та енергію вітру. Електрика буде використовуватися гідропонними системами вертикальних садів і обробним обладнанням [2].



Рис.2 Urban SkyFarm

Контролюючи кожен аспект процесу вирощування, компанія-запуск може виробляти зелень і трави, використовуючи



мінімальну кількість води та енергії на квадратний метр. Технологія також дає змогу вирощувати індивідуальні продукти, наприклад, м'якшу капусту та більш перчену руколу. Тож потім можна буде почати впровадження подібних ферм у всіх великих містах України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Урбан-ферми і вертикальні сади підкорюють мегаполіси [Електронний ресурс] Режим доступу - <https://bakertilly.ua/news/id38683>

2. «Висячі сади Семіраміди» ХХІ століття посеред густо забудованого міста від SkyFarm [Електронний ресурс] Режим доступу - <https://fainaidea.com/interesnoe/visyachie-sady-semiramidy-xxi-veka-posre-50894.html>

Ілійчук Т.,

студентка групи Ас-2018

Науковий керівник:

А.І. Савчук

кафедра архітектури та будівництва

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ПРОЕКТНА ПРОПОЗИЦІЯ РЕСТАВРАЦІЙНОГО РЕМОНТУ ДЕРЕВ'ЯНОГО ХРАМУ ВОЗНЕСІННЯ ГОСПОДНЬОГО В СЕЛІ УСТЕРІКИ ВЕРХОВИНСЬКОГО РАЙОНУ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Регіон українських Карпат широко відомий значною кількістю пам'яток та об'єктів сакрального дерев'яного будівництва. На його території вченими визначено декілька локальних шкіл храмового будівництва: гуцульська, бойківська, лемківська, буковинська. Переважна більшість дерев'яних церков знаходяться у власності чи користуванні місцевих громад. Технічний стан та зовнішнє опорядження цих об'єктів є різними,

зазвичай незадовільними. Прикладів фахової реставрації дуже мало, тому виникає потреба розробки проектних пропозицій, які базуються на глибокому аналізі та науковому дослідженні.

Саме тому надзвичайно актуально провести архітектурну інвентаризацію досліджуваного храму Вознесіння Господнього в селі Устеріки, а також дослідити історію храму, його будівельні періоди, ремонти та знайти матеріали, що дозволять визначити автентичний вигляд будівлі.

Село Устеріки знаходиться у частині Покутсько-Буковинських Карпат між двома річками Білим та Чорним Черемошем. Адміністративно належить до Верховинського району Івано-Франківської області [1]. Засноване у першій половині XVII століття [2, с. 133]. Церква Вознесіння Господнього розташована в центрі села, з півночі від головної дороги на вулиці Центральній Рельєф ділянки рівнинний з незначним ухилом. Площа території на якій розташовується будівля храму орієнтовно складає 0,1268 га.

При пошуку інформації про храм Вознесіння Господнього в селі Устеріки довелося зіштовхнутись з певними розбіжностями в датах та, навіть його назві.

В історико-довідковому виданні «Верховинщина» подається наступна інформація про церкву: «Сільська громада під керівництвом вїта Бабуняка (Недоходюка М. І.) у 1927 році побудувала церкву». Тут же міститься інформація про те що храм був зачинений окупаційною радянською владою у 1961 році [3, с. 304]. Однією з причин будівництва, у вищезгаданому виданні, наводиться те, що у 1927 році під час бурі було повелено значну частину лісу [3, с. 299]. У віснику інституту Укрзахідпроектреставрація В. Слободян подає 1938 рік будівництва чи то посвячення церкви [4, с. 90]. Різниця між датами значна і становить 9 років. У довіднику-каталозі «Пам'ятки містобудування та архітектури української УРСР» наведена дата будівництва 1938 рік. Тут же і поданий досить детальний опис архітектури храму: «Вознесенська церква, 1938р. Побудована майстрами із Яворова. Дерев'яна хрестоподібна у плані, з короткими бічними



об'ємами та видовженим бабинцем, одноверха, з піддашшям на випусках вінців зрубу. До східного (об'єму або вівтаря, авт.) з півночі та півдня примикають невеликі зруби (ризниця та паламарня, авт.). Центральний об'єм перекритий бароковим верхом на дуже високому восьмерику, який домінує над схилами дахів бокових зрубів. Західний і південний входи оформлені ганками. Пропорції будівлі високі. Увесь простір інтер'єру підпорядкований монументальній висоті центральної бані.

У пам'ятці проявлені найбільш характерні риси гуцульської школи народної дерев'яної архітектури. Пам'ятка використовується як краєзнавчий музей» [5, с. 223]. Нажаль зображення не є якісним і не відображає дрібних деталей, а показує тільки загальний його вид. Характерним є те, що на будівлі храму відсутні хрести, а також ганок біля західних дверей є відкритим. Варто відзначити, що церква шальована дерев'яними дошками, вікна в другому ярусі арочні, а в барабані круглі. Дахи та верх перекриті листами металевої бляхи. Це дозволяє припускати, що первісно дахи та баня храму були покриті бляхою.

Ще одним цікавим моментом у цій історії є відсутність христів на світлині храму з довідника-каталогу «Пам'ятки містобудування та архітектури української УРСР», який виданий у 1985 році. Працюючи з архівами Івано-франківської філії інституту Укрзахідпроектреставрація було знайдено інвентарну карточку негативу де зображено церкву в Устеріках. Ця світлина була зроблена відомим на Прикарпатті архітектором-реставратором Зеновієм Богдановичем Соколовським.

Підсумовуючи, можна допускати, що світлина Зеновія Соколовського давніша з кількох причин. Інвентарна карточка негативу датується 1981 роком, що є раніше за вищезгаданий словник довідник. Дуже ймовірним є те, що при створенні краєзнавчого музею на початку 1980-их років хрести були зняті з будівлі храму. Це спостерігається на першій світлині. У 1990 році будівля перейшла у користування церковної громади, була відновлена її первісна функція [3, с. 304]. З того часу у храмі відбуваються богослужіння. В мережі доступні вже пізніші

фото храму 2014 року. Але вони не становлять значної цінності для даного дослідження, тому є представленими в додатках.

Список використаних джерел:

1. Устеріки. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%BA%D0%B8> (дата звернення: 25.10.2021).
2. Історія міст і сіл УРСР: Івано-Франківська область. – К.: ГРУРЕ, 1971 р.
3. Іван Зеленчук. Верховинщина (Загальні описи та історичні нариси про населені пункти району). Верховина. 2004р. 331с.
4. Слободян В. Каталог існуючих дерев'яних церков України і українських етнічних земель. – Вісник ін-ту Укрзахідпроектреставрація, 1996 р., т. 4, 159 с.
5. Памятники градостроительства и архитектуры УССР. – К.: Будівельник, 1985 г., т. 2, 336 с.

Ільницька Х.І.

студентка групи Дс-2018 -1

Науковий керівник:

ст. викладач **Кухар Г.М.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ МОУШН-ДИЗАЙНУ В КУЛЬТУРНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Ситуація з епідемією Covid19 змінила світ назавжди. Нові умови, в яких він змушений був функціонувати, активізували генерування нових ідей та адаптацію вже існуючих розробок і винаходів до нових вимог. Життя не зупинилося і культурне середовище, яке завжди було основою еволюції людства, його духовного розвитку, естетики сприйняття культурної спадщини мусіло розвинутися у іншому вимірі. Ми отримали синтез технологій і мистецтва, який дозволив залишитися затребуваними бібліотеки, музеї, виставкові зали, експозиційні та культурні простори. В нагоді стали уже освоєні розробки в галузі



Моушн-дизайну. І хоч такого виду розробки функціонували і використовувалися впродовж останнього десятиліття, за період пандемії і тотальної ізоляції вони стали вкрай актуальними.

Моушн-дизайн – один з останніх трендів в мультимедіа. Це абсолютно новий напрямок в дизайн-діяльності, що відповідає за графіку, яка «оживає» за допомогою анімації. Присутність анімації можна спостерігати практично скрізь: в телевізійному брендингу та айдентиці, рекламі, інфографіці, корпоративному відео і промороликах, інтернеті, титрах кінофільмів, іграх, мобільних додатках, навчальних відео. Головна особливість цього напряму полягає в тому, що воно комбінує в собі основи графічного дизайну, типографіки, анімації, кіномистецтва, ілюстрації, фотографії [2].

Застосування рухомих графічних зображень, які вибудовуються в логічний ряд певного сценарію і режисури взяли на озброєння не лише в кіноіндустрії і рекламному бізнесі, але й наукові організації для презентації та популяризації своїх здобутків і досліджень, а також ті, хто працює в сфері культури. Це стосується і музейних експозицій.

Організація експозиційного простору за останні кілька років вийшла на якісний новий рівень, що визначає суспільну значимість музею. Йдеться про поєднання матеріального і віртуального простору, збереження колекцій та їх доступність з різних частин світу. На допомогу прийшли нові інформаційні технології, які вирішують організаційні (функціональні, конструктивні, естетичні) завдання і дозволяють отримати свій віртуальний простір, створювати свої представництва в мережі Інтернет, збільшуючи число реальних відвідувачів, а також привертаючи увагу віртуальних експонатів [1].

В наші дні технічні можливості Моушн-дизайну є відмінним інструментом для візуального представлення колекцій музеїв практично без втрати ідентичності творів мистецтва. Це дозволяє музеям охопити ширшу і більш молоду аудиторію. В даний час більшість світових музеїв і культурних проєктів мають своє представництво в Інтернеті. Завдяки цьому в свідоми-

сті людей, які не мають можливості відвідати конкретний музей, появляється віртуальний образ музею або культурної події, виставки, який формується самим музеєм або авторами проєктів у співпраці з ІТ-фахівцями. Якщо цей образ буде динамічним, яскравим, технічно актуальним, сприйняття музею в реальному світі може стати більш привабливим. Технології Моушн-дизайну цілком підходять для вирішення такого завдання.

Анімація, що є основою Моушн-дизайну забезпечує особливий формат подачі і отримання інформації відвідувачами, є засобом популяризації музейних просторів серед молоді, справляє глибоке емоційне враження на відвідувачів різного віку, формує естетичні смаки, що важливо в контексті розуміння майбутнього музеїв як центрів культури, просвітництва і освіти [3].

Застосування в цій технології поєднання відео, тексту, інфографіки, статичних і динамічних епізодів, 2D і 3D-об'єктів, текстур, наявність звукового супроводу дозволяє утримувати увагу глядача, допомагає йому здійснювати віртуальну мандрівку мистецьким простором. Завдяки залученню різних каналів сприйняття інформації і можливості «відвідувати» експозиції в своєму ритмі, повертатися в попередні локації, підвищується запам'ятовування і розуміння емоційно-забарвленої інформації. За допомогою технології Моушн-дизайну можна продемонструвати ідею, експонат, інформацію швидко і наочно. За рахунок виразного і динамічного візуального образу Моушн-дизайн може за короткий час продемонструвати зміст, який закладений в предмет.

Отже, завдяки розвитку технологій мультимедіа та підвищення їх доступності, Моушн-дизайн важливим способом налагодження комунікації, популяризації стаціонарних і змінних експозицій, презентації новинок в музейній і культурній сферах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Баруткин Л.П. Мультимедіа в сучасній музейній експозиції. Вісник СПбГУКІ. 2011. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/multimedia-v-sovremennoy-muzeynoy-ekspozitsii/viewer>



(дата звернення 13.10.2021р.)

2. Дулімова Е.С. Моушн-дизайн. Значення і тенденції розвитку: Наукова електронна бібліотека // Актуальні наукові дослідження в сучасному світі. 2017.N 2-5 (22).URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28786373> (дата звернення 09.10.2021р.)

3. Тулупова Є.І. Використання техніки Motion Design для створення освітнього цифрового медіа контенту. Збірник наукових статей XVIII Всеросійської науково-практичної конференції аспірантів, магістрантів. 2019. С. 98-101.

Кавацюк О. В.

фаховий бакалавр

Науковий керівник:

Луцький Роман Петрович

доктор юридичних наук, професор,

директор Науково-дослідного інституту

імені Академіка Івана Луцького

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ОСОБЛИВОСТІ СПІВВІДНОШЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПРАВ ТА СВОБОДИ У СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ВІРТУАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

Хоча і концепція прав людини, і концепція інформаційного суспільства починали з рівня наукових гіпотез, які від моменту свого зародження і до сьогодні зазнають змістовної критики, все ж шляхом міжнародно-правової легалізації вони виведені на рівень політико-правової дійсності. А їх симбіоз породив феномен інформаційних прав людини. Іноді здається, що інформаційних прав до винайдення комп'ютерів і Інтернету не було. Проте, один із засновників постмодернізму Жан Бодрійяр дав наступну оцінку інформаційного вибуху, який стався десь в 60-ті - 70-ті роки: «інформації стає все більше і більше, а сенсу -

все менше і менше» [1, с. 22].

І ось тепер маємо і категорію «цифрових прав», і кібербезпеку, і віртуальну землю у реальному володінні з усіма похідними. Проте незалежно від цього людина тяжіє до становлення як особистості і зайняти належне їй місце в суспільстві, де будуть гарантовані її права і свободи, створено можливості для їх реалізації.

Ще у 1946 році Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй ухвалила одну зі своїх найперших резолюцій, де зазначено таке: «Свобода інформації є фундаментальним правом людини і ... критерієм для всіх свобод, яким присвячено Організацію Об'єднаних Націй» [2, с. 8]. Тому актуальність питання інформаційної безпеки людини визначається, насамперед, в контексті концепції природного права. При цьому природне право людини постає як усвідомлена нею можливість і необхідність жити, бути вільною, щасливою та вимагати від держави й суспільства сприяння реалізації своїх прав у межах, визначених принципами співжиття соціуму.

Конституції більшості демократичних і не лише держав в один голос «співають» про пріоритетність людини як основної соціальної цінності. А гарантування її прав і свобод – основне завдання. У сучасному світі, коли проблема прав людини вийшла далеко за межі окремої держави, а обсяг прав і свобод людини в сучасному суспільстві визначається не лише особливостями певного співтовариства людей – національної держави, а й розвитком людської цивілізації в цілому.

То що ж ми маємо: нове, четверте, покоління - права людини в інформаційній сфері чи новий інформаційний вимір прав і свобод людини?

Розробка «Декларації прав людини і правових норм в інформаційному суспільстві»[3] стала першою спробою визначення правових рамок в цій сфері. Декларація була розроблена Комітетом експертів Ради Європи з інформаційного суспільства. Основна увага на форумі було присвячено розробці норм відповідальної поведінки в інформаційному суспільстві. Експерти розглянули, яким чином різні дійові особи, включаючи уряд,



приватні компанії, ЗМІ та неурядові організації можуть співпрацювати задля поваги до прав людини. Учасники Міжнародного форуму «Права людини в інформаційному суспільстві: відповідальна поведінка головних дійових осіб» ініційованого Радою Європи, закликали уряди захищати всі права людини, які стосуються інформаційного суспільства, від свободи слова до приватності й копірайту, не забуваючи про завдання подолання інформаційної нерівності і про належне управління. На їхню думку, «цілковита повага свободи слова та інформації державними та недержавними інститутами є необхідною передумовою побудови вільного інформаційного суспільства для всіх, а інформаційно-комунікаційні технології не повинні використовуватися для обмеження цієї фундаментальної свободи» [4].

Основоположне право людини – право на життя. Його зміст відомий кожному – містить позитивну і негативну складову, а також кореспондуючий обов'язок держави і суспільства. В розумінні цього права на сьогодні величезна кількість дискусій від його часових меж до питань щодо супутніх репродуктивно-генетичних прав.

Однією з причин появи нікому не потрібної інформації є зростаюча кількість безпосередніх творців контенту. Сьогодні практично будь-яка людина може опублікувати «свою» інформацію для всього світу завдяки соціальним мережам, форумам, блогам і т.д. І тут перед нами виникає питання: а яка якість цієї інформації? Адже у більшості своїй люди не публікують нічого змістовного або радикально нового. Так може, і вибуху ніякого немає, просто засмічуємо віртуальний простір, намагаючись показати світу власне «я»?

Тобто, якщо говорити про майбутню соціально-економічну формування, з тотальними об'ємами різного характеру та сутності інформації, то сучасна людина, просто не готова до цього, її мозок ще не в змозі адекватно реагувати та опановувати такі масиви інформації. З цього приводу влучним є висловлювання наведене у Всесвітній доповіді ЮНЕСКО «До суспільства знань»: «В сучасних інформаційних потоках, знайти необхідну

інформацію, аналогічно до спроби напиться із пожежного крану – води виставить, але треба примудритись не захлинутися» [5]. Звісно, ІКТ фільтрують інформацію, проте, вони не можуть забезпечити рівня фільтрування яким володіє людський мозок.

І тут означимо питання змісту освітніх програм. На безпеці життєдіяльності чи охороні праці досі немає ні слова про культуру поведінки в умовах інформаційного перенасичення. Студенти ВНЗ розраховують норми освітлення і радіус забруднення радіацією – нібито вони цим користуватимуться в повсякденному житті.

Отже, в тезах виступу неможливо в межах однієї доповіді порушити так значний обсяг питань. Зокрема, поза увагою в цій публікації свідомо залишилося питання реалізації політичних прав в умовах е-демократії і засилля політтехнологій, заснованих на маніпуляції інформацією; співвідношення свобода слова і права на захист від шкідливої інформації; трудові права і соціальний захист в умовах віддаленої праці та фрілансерства; свободи совісті і права на національну самоідентифікацію в умовах глобального інформаційного простору та багато інших.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Webster F. Theories of The Information Society. London and New York, 1995. P. 22.
2. Свобода інформації : навчальний посібник для державних службовців. [пер. з англ. Р. Тополевського] К. : Тютюкін, 2010. 128 с.
3. Declaration on Human Rights and the Rule of Law in the Information Society. May, 13, 2005 // https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectID=09000016805da1a0
4. Адылханов А. А., Казезов А. Н. Права человека в киберпространстве [Текст] // Актуальные вопросы юридических наук: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). Челябинск: Два комсомольца, 2015. – Режим доступа: moluch.ru/authors/10704/
5. Paul Hemp. Death by information overload. Harvard Business Review. (2009) 87(9). P. 83–89.

Кайдаш О.І.
студентка групи Дс-2018 -1
Науковий керівник:
ст. викладач **Кухар Г.М.**
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

АПСАЙКЛІНГ ЯК НАПРЯМ В ЕКОДИЗАЙНІ

Ми часто чуємо про різні види забруднення і те, що раціональне споживання ресурсів – не ціль, а реальність, до якої кожен має прийти. Але навіть озброївшись найблагороднішою метою, врятувати планету не так просто, якщо не знаєш, з чого почати.

Екологічні проблеми носять глобальний характер і тісно пов'язані з усіма видами діяльності людства, тому в світі моди на них звертають серйозну увагу.

Наслідки сучасної моделі виробництва одягу для природи: забруднення води, забруднення ґрунтів, продукування сміття, недотримання умов праці.

Альтернативою купівлі нового одягу може стати апсайклінг (upcycling), тобто вторинне використання старих речей, наділення їх новими характеристиками, перероблення їх у щось актуальне. Подерті джинси, потерті сумки, навіть клапті барвистих тканин перетворюються за допомогою цього прийому на стильний одяг. Це можна вважати бюджетним варіантом оновлення гардеробу, адже його головний принцип – використання вже наявних матеріалів [2].

Плюсів у такого рішення можна знайти чимало. По-перше, це не несе додаткової шкоди довкіллю. По-друге, ці речі унікальні, тож ніхто не прийде на вечірку в такому ж одязі.

Люди цінують речі з історією; апсайклінг у цьому сенсі близький до вінтажу, але більш креативний [2].

«По всьому світу споживачів стануть більше турбувати питання екології. Вони будуть чекати від модних брендів більш етичного підходу до виробництва та використання наявних

ресурсів », – будує прогнози агентство McKinsey на 2020 рік. «До 2050 року пластика в океані стане більше, ніж риби», – попереджає офіційний сайт Stella McCartney. Gucci тим часом відмовляються від використання натурального хутра, а H & M Group запускають новий бренд Arket, що пропонує речі з переробленого океанічного сміття, пряжі, кашеміру і шерсті меріноса. Здається, модна індустрія всерйоз перейнялася ідеєю sustainability [4].

Апсайклінг став помітною тенденцією сезону весна-літо 2021, в тому числі завдяки таким брендам, як Balenciaga, Marni (чий верхній одяг у стилі печворк створювався з уже існуючого одягу) і Coach (з їх переробленими сумками 1970-х років). Зараз бренди ретельно вивчають, як можна повторно використовувати матеріали. Miù Miù оголосили в жовтні, що запускають нову колекцію Urscyled – ексклюзивну капсулу з 80 суконь, перероблених зі стародавніх предметів, які були закуплені у вінтажних крамницях і на ринках по всьому світу. Деякі використовують матеріали та їхні залишки повторно або вторинно використовують вінтажні вироби. Так, наприклад, бренд Balenciaga створили Balenciaga Sofa з непроданих колекцій. До схожих акцій долучаються все більше світових брендів [3].

З огляду на те, що найбільша частка викидів парникових газів в індустрії моди припадає на виробництво текстилю, вкрай важливо, щоб повторне використання вже існуючих матеріалів стало звичайною практикою. «У нас достатньо текстилю, який ми вже виготовили, але ми все ще робимо багато одягу з первинних матеріалів», – говорить Сара Арнольд, співзасновниця компанії Fashion Act Now [3].

Серед українських брендів, що етично підходять до виробництва власних колекцій і популяризують відповідальний підхід до створення та споживання речей є Ksenia Schnaider. Бренд із 2015 року створюють нові речі з вінтажного деніму та спортивних костюмів. Після ретельного прання та сушки дизайнери перекроюють старі джинси в нові форми: штани, куртки, пальта, топи. Раніше американський Forbes згадував про укра-

їнський бренд Ksenia Schneider, видання відзначало марку за пропаганду так званої свідомої моди – відповідального ставлення модної індустрії до довкілля [1].

Також варто зазначити, що в умовах економічного становища різних людей та враховуючи потреби кожної людини, звичайно ж важливим аспектом є прибутковість екодизайну.

Мода вміє бути екологічною та свідомою. Вона знаходить нові шляхи, щоб вберегти довкілля та залишатись вражаючим мистецтвом.

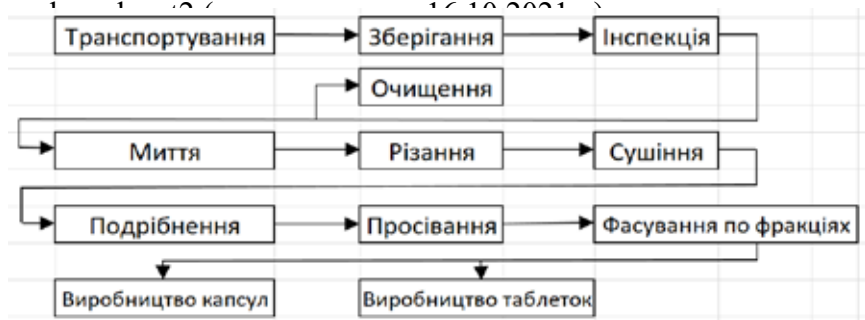
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. 5 українських еко-свідомих брендів. The-village: веб-сайт. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/service-shopping/style-guide/310163-5-ekologichnih-ukrayinskih-brendiv-odyagu> (дата звернення 06.10.2021р.)

2. Абдулаєва Р. Нескінченно придатні: чи є сенс у апсайклінгу? Prostranstvo: веб-сайт. URL: <https://www.prostranstvo.media/uk/neskinchenno-prydatni-chy-ye-sens-u-apsajklingu/> (дата звернення 07.10.2021р.)

3. Чан Е. Як апсайклінг став головним модним трендом року. Vogue.ua: веб-сайт. URL: <https://vogue.ua/ua/article/fashion/tendencii/kak-apsajkling-stal-glavnym-modnym-trendom.html> (дата звернення 29.09.2021р.)

4. Як врятувати планету від мас-маркету: чому нам всім потрібно менше купувати. The-village: веб-сайт. URL: <https://www.the-village.com.ua/village/city/save-the-planet/275851-yves-16102021>



Катеринчук Ю. В.
студентка групи Ас-2020

Науковий керівник:

Шевчук М.О.

к.х.н., доцент кафедри архітектури та будівництва
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

ПЛАСТИК: ПРОБЛЕМА ЧИ ПЕРСПЕКТИВА ХХІ СТОЛІТТЯ

Вже кілька десятиліть виробу з пластика широко поширені в побуті людини. Така популярність полімерів викликана високими експлуатаційними та естетичними якостями. Сьогодні хімічна промисловість здатна виробляти безліч різновидів цього матеріалу, завдяки використанню спеціальних добавок і реагентів.

Пластик – це штучно створений матеріал, основою якого є полімер, що перебуває під час формування виробу у в'язкому чи високоеластичному стані, а під час експлуатації – в склоподібному чи кристалічному стані. Також це синтетичний матеріал, що володіє високою міцністю і еластичністю, здатний при термічному впливі змінювати первісну структуру, переходячи в м'який стан. Поки полімер знаходиться в еластичному вигляді з нього можна виконувати різні виробу. Охолонувши, він знову стає твердим і готовим до механічної обробки. Пластмаси формують при підвищеній температурі, у той час коли вони мають високу пластичність. Сировиною для отримання полімерів є нафта, природний газ, кам'яне вугілля, сланці [1, с. 207].

Найбільша проблема пластмаси це є забруднення екології. У середньому період розкладу пластику становить від 80 до 600 років. Секрет довговічності пластику – в особливостях його виробництва: більшість пластмас створюється полімеризацією сполук, отриманих з природного газу, вугілля та нафти. Для надання бажаних характеристик до матеріалу додають домішки



– кислоти, луги, горючі сполуки, барвники тощо [2, с. 19].

Однією з причин тривалої деградації пластику є відсутність природних «перероблювачів» – якщо органічні рештки слугують їжею для бактерій, то синтетичні сполуки розкладаються лише механічно (через перетирання, розриви), хімічно (через взаємодію із активними компонентами, хоча більшість пластмасових виробів доволі інертні), термічно (горіння, випаровування) та завдяки ультрафіолетовому випромінюванню. Процес розпаду будь-яких речовин без участі живих організмів є тривалим (недарма стерилізовані продукти харчування довго зберігають свої смакові та поживні якості).

Пластмаси складаються з дуже великих молекул із міцними зв'язками, тому практично жодна жива істота не здатна їх засвоїти. Втім, зараз вчені працюють над створенням штамів мікроорганізмів, які б мали відповідні ферменти і були здатні зменшити кількість пластику в довкіллі.

Об'єм виробництва пластикових відходів становить близько 9 млрд тон на рік, і ця цифра збільшується з кожним роком. З них переробляється менше 10%, приблизно стільки ж спалюється, решта потрапляє в навколишнє середовище. Основним «депо» пластикових відходів є Світовий океан – існують цілі сміттєві острови в Атлантичному, Тихому та Індійському океанах. Через кругообіг течій в Тихому океані сформувалися Велика сміттєва пляма, розмір якої перевищує площу України. Дрейфуючи, пластикові відходи потрапляють у найвіддаленіші куточки планети. Нещодавно було встановлено, що сміття може тонути через склеювання з органічними речовинами – поліетиленові пакети можна знайти навіть на дні Маріанської западини [3, с. 671].

В 21 столітті люди навчилися використовувати пластик і для корисних цілей без будь-якої шкоди для середовища.

Затребуваність пластику обумовлена унікальними властивостями, якими не володіють аналогічні матеріали. В першу чергу це: висока механічна міцність; довговічність; зносостійкість; невелика вага; цінова доступність; хімічна інертність;

повторна переробка; відмінні декоративні властивості; можливість надати виробам будь-яку форму колір і текстуру. Спінені пластики відрізняються чудовими звукоізоляційними характеристиками та можуть нейтралізувати будь-яку вібрацію, що актуальна для автомобільної галузі[4, с. 19].

Більшість термопластів підлягають повторній переробці і можуть використовуватися протягом кількох життєвих циклів виробів. Полімерні матеріали, виготовлені з вторинної сировини, дозволяють ефективно використовувати ресурси і уникати забруднення навколишнього середовища. Як приклад, виготовлення септику з вторинного поліпропілену, який мало того, що може бути виконаний з матеріалів повторної переробки, так ще й безпосередньо служить для очищення стоків, оберігаючи забруднення земельних ресурсів [5, с. 260].

В побуті пластикові полімери затребувані в якості: пакувального матеріалу для продуктів харчування, косметичної упаковки, тари для води та побутової хімії, одноразового посуду тощо.

Під час ремонтів квартир застосовується у вигляді плінтусів, пластикових вікон, натяжних стель, багетів для штор і панелей ПВХ. У сантехніці, опаленні і водопостачанні немає альтернативи поліпропіленовим і поліетиленовим труб, які мають експлуатаційний ресурс 50 років.

На сьогоднішній день, ряд українських компаній виконують широкий спектр заходів з переробки та виробництва: ПВХ, полікарбонату і поліетилену . Організації в своїй роботі використовуює передове обладнання та інноваційні технології, що дозволяє пластику бути не проблемою сьогодення а просто матеріалом із гарними властивостями.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Chiba, Sanae та ін. «Сліди людей у безодні: 30-річні записи глибоководного пластикового сміття». Морська політика 96 (2018): С. 204-212.
2. Ксантос І., Дірк Т., Вокер Р. «Міжнародна політика щодо



зменшення забруднення моря пластиком із одноразового використання пластмаси (поліетиленові пакети та мікро шарики): огляд». Бюлетень забруднення моря 118.1-2 (2017): С. 17-26.

3. Коллін П. та ін. «Сонячне світло перетворює полістирол у вуглекислий газ та розчинений органічний вуглець». Екологічні наукові та технологічні листи 6.11 (2019): С. 669-674.

4. Ентоні Л. «Пластик у мікро пластику: огляд». Бюлетень забруднення моря 119.1 (2017): С. 12-22.

5. Шах Аамер Алі та ін. «Біологічна деградація пластмас: комплексний огляд». Досягнення біотехнології 26.3 (2008): С. 246-265.

Кічула Т.І.

студент групи Мас-2020

Наукові керівники:

д.т.н. проф. **Габрель М.М.**

к.т.н. с.н.с. **Касіяничук В.Д.**

ст. викладач **Комаров С.М.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

КОНЦЕПТУАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ ЩОДО ПРОЕКТУВАННЯ І БУДІВНИЦТВА ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ФАБРИКИ В ІВАНО- ФРАНКІВСЬКІЙ ТЕРИТОРІАЛЬНІЙ ГРОМАДІ

Постійне зростання цін на лікарські засоби та біологічно активні добавки закордонного виробництва, інколи сумнівної якості, зобов'язують громади і владні структури всіх рівнів в інтересах національної економіки України на більш повне використання місцевих природних рослинних ресурсів та нетрадиційної сировини.

В основу наших досліджень, організації проектування, будівництва та виробництва ліг відомий афоризм Батька медицини Гіпократата - «Ліки повинні бути їстівними, а їжа лі-

кувальною» [1]. За даними Держстату на фармацевтичному ринку України переважають імпортні лікарські засоби і біологічно активні добавки. Наприклад, за 2020р. рівень продаж фармацевтичної продукції Українських виробників склав 37,5% від загального обсягу продаж через відсутність необхідних потужностей [8]. Для прикладу, в Німеччині працює понад 2000 фармацевтичних фабрик, причому за підсумками 2020р. зарубіжне виробництво зміцнило свої позиції у роздрібному сегменті фармацевтичного ринку України. Серед успішних українських фармацевтичних підприємств можна виділити «Фармацевтична компанія Дарниця», АТ «Фармак», ТМ «Артеріум».

В Івано-Франківській міській територіальній громаді на сьогоднішній день відсутнє виробництво фармацевтичної продукції і тому назріла потреба в його організації.

Досвід та напрацювання. З благословення світлої пам'яті засновника і першого ректора Університету Короля Данила доктора юридичних наук, професора, отця Івана Михайловича Луцького, науковці нашого університету у творчій співдружності з вченими Івано-Франківського Національного Медичного Університету і спеціалістами фабрики оздоровчих продуктів фермерського господарства «Агрокотехнології» Олешанської ТГ розробили і впровадили інноваційну, універсальну, безвідходну технологію виробництва напівфабрикатів і сировини для виробництва лікарських засобів і біологічно-активних добавок з місцевих сировинних ресурсів. Розробки захищені патентами України, а результати досліджень опубліковані у ВАКівських і міжнародних виданнях [4, 5].

Ключова ідея та мета проекту. Розробити проект і організувати виробництво лікарських засобів та біологічно активних добавок з місцевих сировинних ресурсів та нетрадиційної сировини з збереженням в кінцевій продукції всіх вітамінів та мікроелементів.

Характеристика проекту: Медично-фармацевтичне застосування

Назва сировини	Ефективність для лікування
Чорничний порошок (концентрат)	при кровотечах, анемії, гастриті, гепатиті, гіпертонічних хворобах, цукровому діабеті та ін.
Порошок (концентрат) малини	від простуди, знижує температуру тіла, зміцнює стінки кровоносних судин та ін.
Порошок (концентрат) чорноплідної горобини	для профілактики і лікування атеросклерозу і гіпертонічної хвороби, при захворюванні легень та ревматизмі, як сечогінний засіб та окремих форм діабету
Порошок (концентрат) чорної смородини	для лікування судинних захворювань, сечового міхура, виведення каміння з нирок, при лікуванні жовтухи і покращенні обміну речовин, при захворюваннях шкіри
Порошок (концентрат) суниці	для лікування тимчасових шлункових захворювань, гіпертонії, склерозу, подагри, геморою, як сечогінний засіб
Порошок(концентрат) топінамбуру	для зміцнення імунітету, лікування цукрового діабету, кишкового дисбактеріозу та інших захворювань

Досліджуючи склад і харчову цінність топінамбура – *Helianthus tuberosus* (земляної груші, сонячного кореня, єрусалимського артишока), вчені були вражені різноманітністю в

ньому мікроелементів і вітамінів. Природа збрала в сонячному корені практично усю таблицю Менделєєва. Ці скарби розміщені в клітинах бульби і з'єднані в складі речовини, які визначають їх біологічну, фізіологічну і харчову цінність.

Топінамбур має унікальну здатність – він концентрує рідкісну біологічно активну речовину – полісахарид інулін. Останній володіє властивістю пребіотика і сприяє відновленню оптимального балансу мікрофлори кишечника. У складі топінамбура є і пектин. Інулін і пектин сонячного кореня сприяють росту біфідо- і лактобактерій.

Вивчаючи властивості топінамбура, вчені офіційно визнали, що він володіє наступними видами біологічної активності: **імуностимулюючою, антиоксидантною, антитоксичною, адаптогенною і антистресовою**. Це дає можливість використовувати сонячний корінь у лікувальній практиці як профілактичний лікарський засіб.

Порошок концентрат топінамбура, виготовлений промисловим способом, представляє собою екологічно чистий сухий продукт із збереженням всіх фізіологічно активних компонентів рослинної сировини.

Антиконцерогенна властивість препарату при його вживанні сприяє очищенню організму від важких металів, радіонуклідів, гепатотропних токсинів органічного походження [3].

Технологічна схема виробництва лікарських засобів і харчових добавок

Для проектування і будівництва фармацевтичної фабрики відведена земельна ділянка 1,5 га в Хриплинському промисловому вузлі. Інженерні мережі водопостачання, водовідведення, електропостачання та газопостачання – централізовані. Крім того проектом передбачається альтернативне енергозабезпечення. Будівництво основних виробничих та складських приміщень виконується з конструкцій модульного типу [2].

Очікувані результати. Організація сучасної фармацевтичної фабрики орієнтовною потужністю переробки від 10 до 50 тон сировини в зміну в Івано-Франківській міській територіаль-



ній громаді дозволить краще забезпечувати місцеве населення високоефективними, доступними, експортноздатними лікарськими засобами і біологічно-активними добавками, зменшити закупівлі фармацевтичної продукції по імпорту, організувати по всьому ланцюжку заготівлі, транспортуванні, виробництві і реалізації щонайменше 500 додаткових робочих місць і значно поповнити місцевий бюджет.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гіппократ. Етика і загальна медицина [пер. з давньогрецької В.І.Руднева] / під ред. С.Ю. : Абетка, 2001. 352 с.
2. Габрель М. М. Просторова організація містобудівних систем / Інститут регіональних досліджень НАН України. – К.: Видавничий дім А.С.С, 2004. – 400 с.: іл.
3. Боцюрко В.І., Касіянчук В.Д. Лікувально-оздоровчі продукти з топінамбура і їх використання в медичній практиці, Галицький медичний вісник, Архів клінічної медицини. 2020. № 2. С. 20-22.
4. Касіянчук В.Д. Ковач М.М. Касіянчук М.В. Перспективи використання дикорослих плодів, ягід і грибів в умовах Прикарпаття для виготовлення продукції лікувально-профілактичного призначення. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23. 7. С. 151-156.
5. Касіянчук В.Д., Касіянчук М.В. Спосіб виробництва порошкоподібних фруктово-ягідних, овочевих і грибних напівфабрикатів і/або сухо продуктів. Патент на корисну модель № 95646. Зареєстровано в державному реєстрі патентів України на корисні моделі 25.12.2014р.
6. Фармацевтична галузь і фармацевтичний ринок в Україні – <http://www.nbuviap.gov.ua>



Кухар К.А.

студентка групи ПТБ-2021

Науковий керівник:

ст. викл. **Жирак Р.М.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ВЛАСНИЙ ДОСВІД І СПОСОБИ ВИРІШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНИХ ПРОБЛЕМ

Природа – це весь навколишній світ: рослини, тварини, ліси, моря, гори, рівнини та й сама людина... Вона не має ні початку, ні кінця, вона безкінечна у просторі й часі, перебуває у безперервному русі, змінах [7].

Екологічні проблеми – це зміни стану довкілля, які можуть погіршити умови життєдіяльності людини. Можна виділити два аспекти екологічної проблеми: екологічні кризи, що виникають внаслідок природних процесів; кризи, що викликані антропогенною дією і нераціональним природокористуванням [3].

Однією із найбільш поширених класифікацій екологічних проблем є наступна[2]:

- атмосферні (забруднення атмосфери: радіологічне, хімічне, механічне, теплове);
- водні (виснаження і забруднення поверхневих і підземних вод, забруднення морів і океанів);
- геолого-геоморфологічні (інтенсифікація несприятливих геолого-геоморфологічних процесів, порушення рельєфу і геологічної будови);
- ґрунтові (забруднення ґрунтів, ерозія, дефляція, вторинне засолення, заболочування);
- біотичні (зменшення рослинності, деградація лісів, скорочення видової різноманітності);
- комплексні (ландшафтні) – опустелювання, зниження біорізноманітності, порушення режиму природоохоронних органів.

Серед великої різноманітності екологічних проблем. на нашу думку, особливої уваги заслуговують [1]:

- неякісна вода;
- забруднення повітря;
- деградація земельних ресурсів;
- знищення лісів;
- небезпечні геологічні процеси;
- побутові відходи;
- об'єкти військової діяльності;
- Чорнобильська катастрофа.

До найактуальніших проблем сьогодення по відношенню до кожного жителя планети, й від яких залежить майбутнє людства, слід віднести проблеми екологічні. Викликані недалекоглядним, необґрунтованим ставлення людини до природи, вони виникли не сьогодні й не вчора. Як свідчать стародавні літописи, ще близько 4 тис. років тому Вавілонський цар Хаммурапі, а пізніше – китайський й монгольський імператор та європейські монархи вже дбали про збереження природи й видавали накази про оборону лісів, трав'яного покриву степів, водних джерел [5].

Українська козацька старшина, незважаючи на багатство нашої природи тих часів, теж уболівала за збереження довкілля й видала ряд наказів і документів про охорону Придніпровських лісів і лук, заборону спалювання лісів, браконьєрства, хижацького винищення звірів та риби [5].

Проте, найстрашнішим злом для навколишнього середовища є забруднення людської свідомості хибними, злочинними ідеями. Суспільство, яким було притаманне хижацьке ставлення до природи, які пропагували зверхність одних націй, класів чи інших груп людей над іншими, як свідчить історія, неодмінно гинули. Трагізм нашого часу полягає в тому, що нині такі хибні ідеї та пов'язана з ними діяльність тією чи іншою мірою торкається всієї Землі, всієї природи, долі всіх країн і націй. Наше покоління практично в усіх куточках планети безсоромно грабує в коморах природи те, що належить дітям і онукам. Ліквідація глобальної екологічної кризи є на сьогодні найважливішим завдання людства. Для його вирішення перш за все необхідні зміна екологічної стратегії і тактики, всієї економіч-

ної моделі, організація всебічної екологічної освіти, виховання екологічної свідомості всього населення Землі [5].

Говорячи про шляхи розв'язання екологічних проблем, кожен житель України має усвідомлювати, у першу чергу свою відповідальність, незважаючи на той факт, що екологічна безпека – у пріоритеті державних задач.

Серед найпростіших і найпопулярніших, варто виокремити наступні:

- Доходи з відходів. Кожен ресурс колись вичерпується. Це ж стосується і нафти, природного газу, руди. Саме звалища можуть стати додатковими джерелами видобутку цих продуктів. Наприклад, у Мексиці на одному з таких звалищ було поховано близько 80 тон міді. Ті ж терикони можуть стати джерелом для видобутку цементу чи кераміки, а побутове сміття – добрива чи горючого газу [4].

- Отримання електроенергії із чистих джерел. Саме такий підхід дозволяє вирішувати проблему забруднення повітря та виснаження паливних корисних копалин. Так, сонячні електростанції будуються без труб, які забруднюють повітря та системи відвалів, які, своєю чергою, забруднюють ґрунти своїми викидами. Практично те ж саме стосується і вітроелектростанцій, які стають все більше популярними у світі та Україні, зокрема [4].

- Економія ресурсів. Кожен має свідомо та практично споживати природні ресурси, розуміючи, що вони – вичерпні. Вдумайтесь: в середньому українець витрачає кожної доби до 350 л води, тоді як європеєць – до 120-ти [4]. Економне використання води має стати нормою для нас. Погодьтеся, не так складно вимикати воду, коли чистиш зуби або коли намилюєшся.

- Збереження природи. Мова йде про створення природоохоронних територій, де забороняється будь-яка господарська діяльність [4].

- Зменшення споживання пластику. Необхідно практикувати або, хоча б, розглядати можливість такої поведінки. Наприклад, не брати у магазинах пакети, використовувати мішечки або екторби з тканини [6].



- Утеплювати будинки, встановлювати лічильники на тепло, користуватися енергоощадними лампами замість звичайних, регулювати температуру в кімнатах [6].
- Обирати потяг або автобус замість літака. Більшість людей не чули про шкідливість авіаперевезень і не вірять, що літаки є небезпечніші для довкілля за інші види транспорту [6].
- Купувати чи використовувати вживаний одяг або речі. Така практика асоціюється з бідністю: купувати вживані речі не престижно і соромно. Винятком може бути, хіба, що вінтаж чи дизайнерський одяг, свідомо створений з уживаних речей [6].
- Менше користуватися особистим автомобілем, більше – громадським транспортом і велосипедом. Проте, як показує практика, більшість людей не готові у майбутньому відмовитися від автомобілів, не намагаються частіше користуватися громадським транспортом, адже він незручний, а дехто вважає його неprestижним. Натомість, серед людей дехто вже намагається менше використовувати автомобіль для поїздок по місту, обираючи натомість велосипеди та громадський транспорт через їхню екологічність [6].
- Купувати каву у свою термочашку. Дехто уже практикує таку поведінку і загалом ставиться до неї позитивно. Водночас, не всім ця ідея подобається, хоча одноразові стаканчики для кави, які захаращують місто, теж не до душі [6].
- Роздільний збір сміття вдома. Дехто уже практикує сортування, однак, іноді здавати сміття на переробку надто складно або просто немає куди [6].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вісім екологічних проблем України. URL: <https://news.finance.ua/ua/news/-/235280/visim-ekologichnyh-problem-ukrayiny>
2. Екологічна проблема. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Екологічна_проблема
3. Екологічні проблеми. URL: <https://gdz4you.com/prezentaciyi/inshi/ekologichni-problemy-22083/>

4. Екологічні проблеми в Україні та як з ними боротись. URL: <https://kalamar.ua/ekologichni-problemi-v-ukrayini-ta-yak-z-nimi-borotis/>

5. Екологічні проблеми навколишнього середовища. URL: <https://works.doklad.ru/view/MV5dkxdFlmE.html>

6. Екологічні проблеми і свідома поведінка: що знають жительки і жителі Києва. URL: <https://ua.boell.org/uk/2019/03/05/ekologichni-problemi-i-svidoma-povedinka-shcho-znayut-zhitelki-i-zhiteli-kiieva>

7. Природа – це основа життя. URL: <http://library.vnmu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/09/Priroda.pdf>

Максимів Т. І.

студентка групи ЕФс-2019

Науковий керівник:

Тимоць М. В.

к.е.н., доц., професор

кафедри управління та адміністрування

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

РОЛЬ ФІНАНСІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ В ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ ДЕРЖАВИ

Тема грошових доходів домогосподарств та проблема їх розподілу сьогодні є дуже актуальною, оскільки фінансові ресурси цієї категорії осіб є джерелом фінансування національної економіки.

Метою написання тез є аналіз ролі фінансів домогосподарств у фінансовій системі держави.

Фінанси домогосподарств - це один із важливих елементів фінансової системи, оскільки формування та використання фінансових ресурсів населення безпосередньо пов'язане з розвитком інших складових фінансової системи. Фінанси домогосподарств в такій системі відіграють провідну роль, тому



що розвиток суспільства та й громадян в цілому багато в чому підпорядкований забезпеченню їх інтересів, груп та об'єднань. Фінанси домогосподарств в умовах ринкових відносин беруть безпосередню участь в кругообігу капіталу та охоплюють частину процесу виробництва [1].

В науковій літературі є різні підходи науковців до категорії «фінанси домогосподарств». Проте, більшість із них найчастіше під терміном «фінанси домогосподарств» розуміють сукупність грошових доходів і витрат здійснених в межах домашніх господарств як специфічного сектору національної економіки, або сукупність грошових відносин з приводу формування і використання сімейних бюджетів [2].

В Україні на даний час нараховується близько 11 млн. господарств населення. В процесі свого функціонування домогосподарства формують фінансові відносини з іншими учасниками фінансової системи. Зокрема, для суб'єктів господарювання фінанси домогосподарств використовують як інвестиційний та виробничий ресурс. Фінанси домогосподарств забезпечують стабільність споживання у межах суспільства, а також допомагають зберегти незалежність домогосподарства до певного суспільного класу при ймовірних випадкових коливаннях його доходів через здійснення господарської, інвестиційної, фінансової чи іншої діяльності. Особливо важливим джерелом інвестицій в економіці є заощадження домогосподарств, які залежать від величини доходів та напрямів їх використання. Слід зазначити, що події останніх двох років суттєво вплинули на фінансові ресурси населення. За даними опитування Європейського банку реконструкції та розвитку, коронакриза погіршила фінансовий стан 67,5% українських домогосподарств. Згідно з результатами опитування, на їжу тепер витрачають менше 26,2% українських респондентів, на предмети розкоші – 45,2%, на алкоголь – 24,9%, менше користуються автомобілем – 16,8%.

Відповідно, з боку держави повинен проводитись контроль за процесом формування та використання фінансів домогоспо-

дарств. Мова йде про формування доходів, регулювання сфери оподаткування, оплати праці та відповідно пенсійного і соціального забезпечення.

Таким чином, домогосподарства є важливим суб'єктом ринкової економіки, власниками ресурсів, виробниками товарів і послуг, споживачами суспільних благ, а їх заощадження є джерелом фінансування національної економіки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Теоретичні основи фінансів домогосподарств. URL: https://pidru4niki.com/11800912/finansiv/teoretichni_osnovi_finansiv_domogospodarsv
2. Значення фінансів домогосподарств для фінансової системи держави URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/13.pdf

Маціборко А.

курсант 4 курсу

Прикарпатський факультет

Національна академія внутрішніх справ

Науковий керівник:

доц. кафедри соціально-гуманітарних дисциплін

Прикарпатський факультет

Національна академія внутрішніх справ

Кандидат соціологічних наук

Пташник-Середюк О.І.

м. Івано-Франківськ

ГЕНДЕРНИЙ ВИМІР УКРАЇНСЬКОЇ ПОЛІТИКИ

Досягнення рівності між жінками та чоловіками є невід'ємною частиною процесу утвердження справжньої демократії. Демократія неможлива без усвідомлення і відчуження особливостей статей. Вона не може ігнорувати особливості ресурсів і потреб будь-якої із статей – чоловіків чи жінок. Кожна держава,



орієнтована на утвердження себе як демократичної, соціальної та правової, для забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків виробляє гендерну політику. Україна зробила вагомі кроки на шляху до гендерної рівності. Проте зміни в сфері представництва жінок на керівних посадах відбуваються повільно. Так, серед 156 країн, Україна у рейтингу представництва жінок у парламенті та має одну з найнижчих часток жінок у владі.

Аналітичний портал «Слово і діло» провів дослідження того, як змінювався гендерний склад Верховної ради в період 1990–2020рр. відповідно до цього дослідження можна відзначити, що український парламент ще далекий від гендерної збалансованості, але тенденція обнадіює. Якщо в першому скликанні було тільки 2,5% жінок (12 з 475 депутатів), то в нинішньому скликанні – 20,6% (87 з 423 нардепів). У другому скликанні Ради жінки становили 4,1% всього складу (18 з 436 депутатів), в третьому – 8% (38 з 477), в четвертому – 5,5% (28 з 509), в п'ятому – 8,7% (42 з 483), в шостому – 7,8% (42 з 541), в сьомому – 9,6% (46 з 478), у восьмому – 12% (56 з 468), у дев'ятому – 20,5% (89 з 424) [1].

Попри зростання представництва жінок у великих громадах, загалом в Україні представленість жінок у місцевих радах впала на 12,6%. Про це свідчать результати гендерного моніторингу, який Український жіночий фонд проводить спільно з Національним демократичним інститутом. Надана Центральною виборчою комісією статистика показує, що якщо за результатами виборів 2015 року до місцевих рад було обрано 49,5% жінок, то у 2020 році – тільки 36,9%.

Повідомляється, що завдяки дотриманню гендерної квоти у виборчих списках партій до обласних рад та міських рад великих міст, зокрема 24 міських рад міст-обласних центрів, м. Києва, Краматорська та Бахмута було більше жінок, порівняно з попередніми виборами 2015 р. Також, порівняно із попередніми місцевими виборами, зросло представництво жінок у новобраних радах – з 20% до майже 31% у вищезгаданих міських радах, і з 15% до 28% у обласних радах. Водночас, згідно з да-

ними ЦВК, в Україні представництво жінок у місцевих радах упало на 12,6%. Погіршення загальної статистики викликане різким зменшенням представництва жінок на рівні селищних та сільських рад – з 46,1% та 55,7% у 2015 році до 37,9% та 41,3% у 2020 році [2].

За даними Головдержслужби, результати аналізу кадрового резерву у центральних органах виконавчої влади свідчать про порушення вимог пропорційно-збалансованого представництва кандидатур кожної статі. Скажімо, до кадрового резерву на 2010 рік зараховано 76,7% чоловіків та 23,3% жінок. У місцевих державних адміністраціях до кадрового резерву на 2010 рік на посади керівників цих адміністрацій запропоновано біля 86% чоловіків та тільки 14% жінок від загальної чисельності резервістів. До кадрового резерву низки Міністерств та відомств 2010 року не зараховано жодної жінки.

Яскраво явище гендерно незбалансованого доступу до ресурсів та участі у політиці демонструє процес децентралізації. Під час децентралізації сформувалася тенденція до зменшення представництва жінок на місцевому рівні. Реформа децентралізації, з одного боку, створює умови для більш якісного та безпечного життєвого простору для розвитку жінок та чоловіків, дівчат та хлопців. Кошти місцевих бюджетів вперше становлять 52% бюджету країни. До початку реформи децентралізації у 2016 році жінки склали близько 50% сільських голів та сільських рад. На сьогодні кількість голів об'єднаних територіальних громад, які мають широкі повноваження щодо розпорядження фінансовими ресурсами, налічують лише 15% жінок [3].

Ситуація дещо змінилася, під час парламентських виборів 2019 року, під час яких більшість політичних партій брали до уваги принцип рівності у формуванні виборчих списків, що надало жінкам більше місць не лише загалом по списку, а й у його прохідній частині. Зокрема, партійні списки всіх партій, що пройшли до парламенту, включали близько 30% жінок-кандидаток.

Так, партія «Слуганароду» має в партійному списку 65 жі-



нок, що становить трохи більш, ніж 32% загальної кількості кандидатів у списку. «Європейська солідарність» веде в парламент 29 жінок (28% списку), «Голос» 49 жінок – це майже 28% списку. У списку «Батьківщини» з 206 осіб – 61 жінка, а це майже 30%, а 60 жінок зі 184 кандидатів ідуть за списком «Опозиційної платформи – За життя», що становить майже 33% [4].

Проте партії не так активно висували жінок на мажоритарних округах. Лише 408 жінки із 3164 кандидатів (близько 13%) висувалися за мажоритарною виборчою системою. Найбільшу кількість кандидаток за мажоритарною системою становили самовисуванці, а саме 235 осіб, інші 173 кандидатки висувалися політичними партіями. Усього ж частка жінок, які балотувалися до нового парламенту як у списках партій, так і в мажоритарних округах становить майже 23% (1316 кандидаток) від загальної кількості кандидатів [4].

Таким чином, за результатами парламентських виборів у 2020 р. частка жінок депутаток вже становить близько 20,8% (88 жінок з 423 депутатів). Це 100 місце серед 193 країн за кількістю жінок в парламенті, за даними Міжпарламентського союзу у 2020 р. Для порівняння станом на 2018 р. середній показник представництва жінок у національних парламентах країн Європи (членів ОБСЄ) становила 27,7%, у скандинавських країнах середній показник- 41,4%, у парламентах світу загалом – 24% [5].

За весь час незалежності України президентом були обрані (Леонід Кравчук, Леонід Кучма, Віктор Ющенко, Віктор Янукович, Петро Порошенко і на даний час Володимир Зеленський, ще ні разу президентом не була обрана жінка. Під час виборів 2019р. у президенти України на пост претендували 44 кандидати з них лише 4 жінки. Головами Верховної Ради України були обрані 11 політиків і всі вони є чоловіками (Леонід Кравчук, Іван Плющ, Олександр Мороз, Олександр Ткаченко, Володимир Литвин, Арсеній Яценюк, Володимир Рибак, Олександр Турчинок, Володимир Гройсман. Андрій Парубій, Дмитро Разумков і зараз головою Верховної Ради України є Руслан

Стефанчук). За результатами ЦВК до Верховної Ради України 9 скликання попали 5 партій, головою депутатської фракції з них є лише одна жінка: Політична партія «СЛУГА НАРОДУ»- Голова депутатської фракції:- Арахамія Давид Георгійович, Політична партія «ОПОЗИЦІЙНА ПЛАТФОРМА – ЗА ЖИТТЯ»- Співголови депутатської фракції: Бойко Юрій Анатолійович, Рабінович Вадим Зіновійович, Політична партія Всеукраїнське об'єднання «Батьківщина» - Голова депутатської фракції: Тимошенко Юлія Володимирівна, Політична партія «Європейська Солідарність» Співголови депутатської фракції: Бойко Юрій Анатолійович, Рабінович Вадим Зіновійович,

Голова депутатської фракції: Железняк Ярослав Іванович – Політична партія «ГОЛОС».

Також за час незалежності України Прем'єр – міністром, головою Кабінету Міністрів України, що є вищим органом виконавчої влади в Україні були 17 чоловіків і 1 жінка (Юлія Тимошенко). В уряді Дениса Шмигала із 23-х міністрів лише троє - віце-прем'єр-міністр з питань європейської і євроатлантичної інтеграції Ольга Стефанішина, міністр у справах ветеранів Юлія Лапутіна і міністр соціальної політики Марина Лазебна - представляють жіночу стать. Це близько 13%, що значно нижче, ніж кількість жінок у депутатському корпусі в місцевих органах влади.

Соціологічні опитування дають оптимістичні прогнози щодо перспектив українських жінок реалізуватися в політиці. В усякому разі, цього хочуть виборці. Зокрема, Центр Разумкова дослідив, що 82% громадян України позитивно ставляться до того, що жінки йдуть у політику. При цьому 39% переконані, що жінок замало в українській політиці. Згідно результатів опитування майже половина українців хочуть, щоб у Кабінеті Міністрів, Верховній Раді й місцевих органах влади було більше жінок. 54% громадян переконані, що в Україні недостатньо партій, які б представляли інтереси жінок.

Можна зробити висновок, що тренд щодо збільшення кількості жінок в органах влади, підтримуваний виборцями, одно-



значно призведе до позитивних результатів у майбутньому. Чим більше жінок буде у органах центральної і місцевої влади, тим менше проявів дискримінації і гендерної нерівності буде спостерігатись у повсякденному житті українців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Скільки депутатів-жінок у парламентах світу. URL : <https://www.slovoidilo.ua/2020/02/12/infografika/polityka/skilky-deputativ-zhinok-parlamentax-svitu> (дата звернення: 23.09.2021)

2. Представництво жінок у місцевих радах зменшилося на 12,6% – гендерний моніторинг. URL : <https://50vidsotkiv.org.ua/predstavnytstvo-zhinok-u-mistsevyh-radah-zmenschilosya-na-12-6-gendernyj-monitoryng/> (дата звернення: 23.09.2021)

3. National Review of the Implementation of the Beijing Declaration and Platform for Action. URL : https://unece.org/fileadmin/DAM/Gender/Beijing_20/Ukraine.pdf (дата звернення: 23.09.2021)

4. До нової Ради може потрапити рекордна кількість жінок: які партії підтримали рівність? URL : https://zmina.info/news/do_novoji_radi_mozhe_potrapiti_rekordna_kilkist_zhinok_jiaki_partiji_bilshe_za_vsih_pidtrimali_jenderni_kvoti_ (дата звернення: 23.09.2021)

5. Забезпечення гендерної рівності в Україні. URL : <https://dsa.court.gov.ua/dsa/inshe/gender/linbf> (дата звернення: 23.09.2021)

6. 83% українців вважають, що завдання жінки – дбати про сім'ю і дім. URL : <https://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/294987-83-ukrayintsiv-vvazhayut-scho-zavdannya-zhinki-dbati-pro-sim-yu-i-dim> (дата звернення: 23.09.2021)

7. Стратегія діяльності Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини у сфері запобігання та протидії дискримінації в Україні на 2014-2017рр. Затверджена наказом Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини №23/02-13 від 15 листопада 2013 р.



Мельничук Б. В.

студент групи Ас-2020-1

Науковий керівник:

Гусар К. Д.

ст. викладач кафедри архітектури та будівництва

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

УМОВНІ ЗНАКИ НА КАРТАХ БОПЛАНА І НА СУЧАСНИХ

Картографічна продукція є джерелом просторової інформації, вона показує кути і відстані між об'єктами, і застосовується у різноманітних сферах. Окрім того, карти і плани містять інформацію про історичне минуле. За допомогою порівняння старих і нових топографічних карт можна прослідкувати тенденції, як у містобудуванні, так і в живій і неживій природі. Крім того, змін зазнали й умовні позначення. Вони теж можуть, багато про що, розповісти, особливо про зміни у підході до виготовлення карт і планів.

З кінця XVI століття почався новий етап картографування території, пов'язаний з появою карт, створених на основі інструментальних знімів [1, с. 491]. Для порівняння умовних знаків візьмемо карту цього періоду, адже вона опиралась на геодезичні вимірювання і є досить точною.

Цей етап започаткували топографічні знімання французького військового інженера, архітектора й картографа Гійома Левассера де Боплана, автора відомого «Опису України, кількох провінцій Королівства Польського, що тягнуться від кордонів Московії до границь Трансільванії, разом з їхніми звичаями, способом життя і ведення воєн» (1651 р.) [1, с. 491]. Першою картою картографа, була рукописна карта 1639 року, масштабом близько 1:550 000, яка міститься в рукописному атласі німецького фортифікатора Фрідріха Гетканта.

Ми ж розглянемо його іншу працю: «Спеціальний і докладний план України з належними до неї воєводствами, округа-

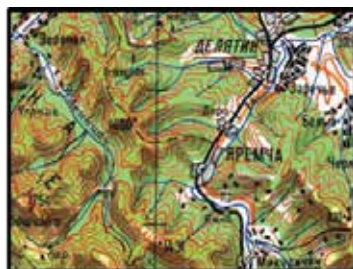
ми і провінціями» (оригінальна назва: «*Deliniatio specialis et accurate Ukrainae cum suis palatinatibus ac distictibq provincysq adiacentibus*») [1, с. 492]. Вона є основною картографічною роботою Г. Боплана.

Карта датована 1650 роком, складена на основі геодезичних зніманих, які проводились в 1630-1647 роках Г. Бопланом. Уклав карту фламандський картограф і художник і гравер Вільгельм Гондіум, він створив полотно, яке складається з 8-ми листів 45×41,5 см. і охоплювало майже всю територію сучасної України. Це перша середньомасштабна військова топографічна карта великої території в Європі (близько 1:450 000), де крім лісів, річок, озер і гір зображено значну кількість населених пунктів.

На карті нанесено багато умовних знаків, які можна розділити на такі групи: гідрографія, рельєф, рослинність, населенні пункти. Вони значно відрізняються від теперішніх позначень.



а



б

Рисунок 1. – Гори Карпати (біля Делятина)

а) карта Г. Боплана б) топографічна карта масштабу 1:100000

Гідрографія представлена на карті Боплана (рис.1.а) мережею рік і струмків, назви яких підписані вздовж русла. Також нанесена велика кількість дрібних водотоків, бродів, мостів та гребель на ріках. Відмінності з сучасним позначенням водойм не суттєва.

Рельєф на карті Боплана виражений у схематичному позначенні гір і гірських хребтів. Висотні відмітки не вказані і про висоту можна тільки здогадуватись за величиною горбів (рис.

1.а). Це показує що позначення висоти місцевості на карті Боплана не було у пріоритеті, і зробити це в той час було набагато важче. На сучасній карті все навпаки, нема схематичних позначень, проведені горизонталі та позначені висоти точок. Зроблено це через важливість позначення висот у сучасному світі, і доступ до нових методів та засобів, які спрощують проведення висотних вимірювань.



а

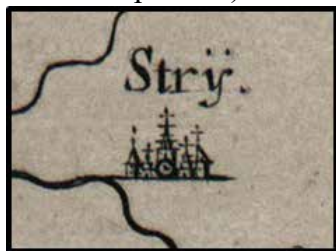


б

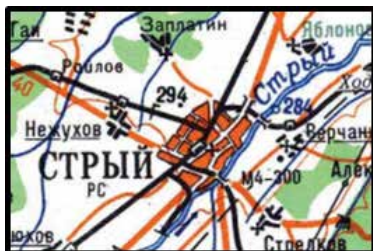
Рисунок 2. – зображення рослинності

а – ліси біля м. Полтава на карті Г. Боплана; б - зображення лісів на топографічних картах 1:10000 [2]

Рослинність на карті Боплана зображується схематичним позначенням дерев, та густотою посадки (рис. 2). За цим позначенням можна скласти уявлення і про висоту дерев. На сучасних картах використовується спрощений метод. Рослинність позначають площиною на відповідній площі (рис. 2.б), яку вона займає і також додають позначення типу рослинності (хвойний ліс, широколистяний ліс, мішаний та інформацію щодо характеристики дерев: середня висота, середній діаметр стовбура, відстань між деревами).



а



б

Рисунок 3. – м. Стрий

а) карта Г. Боплана б) топографічна карта масштабу 1:100000

Найбільш різноманітнішою групою умовних знаків є група населених пунктів. Боплан використав 18 різних позначень (рис.3.а), щоб класифікувати населені пункти на давні християнські міста, містечка, села, нові поселення (колони), турецькі містечка, татарські селища, центри воєводств, повітів, судів, єпископських кафедр, монастирі за конфесіями, позначив городища, кургани.

Укріплені місця, фортеці (рис. 2а) позначав не прийнятими уніфікованими умовними знаками, а малюнками реальних контурів укріплень. Також відзначав місця стоянок війська – заїзди [3].

На сучасних картах позначення міст проводиться по іншому. Відповідно до масштабу зображуються контури населеного пункту, а якщо він замалий для позначення масштабними знаками то використовують поза масштабні умовні знаки. Вони в свою чергу діляться за кількістю населення населеного пункту, також позначають столиці. Укріплення міст вже давно ніхто не позначає через відсутність у потребі такого роду інформації на карті.

Підводячи підсумки, можна сказати, що картографічна продукція з плином часу змінювалась, і умовні знаки пройшли довгий шлях до теперішнього вигляду. З одного боку вони еволюціонували – стали більш простішими і зрозумілими, а з іншого вони втратили ту естетику, яка була притаманна стародавнім картам. За цими змінами ми можемо простежити потреби кожного періоду. В давнину кожна карта була не тільки джерелом інформації, а й витвором мистецтва, оскільки виготовлення кожної займало значний проміжок часу та багато сил. На противагу в сучасному світі виготовлення картографічної продукції займає набагато менше часу, завдяки сучасним технологіям, а потреба в ній дуже висока. Головним показником є інформативність і точність, тому й увага приділена естетиці не така висока.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гусар К.Д. Територія Галичини на карті Боплана 1650 року. Наука та освіта XXI століття: матеріали звітної викладацької та студентської науково-практичної конференції (м. Івано-Франківськ, 21 квітня 2016 року). – Івано-Франківськ: Редакційно-видавничий відділ Івано-Франківського університету права імені Короля Данила Галицького, 2016. – С. 491-494.
2. Умовні знаки. URL: https://gki.com.ua/files/page/Um_znaki_10000_St496_528.pdf
3. Гійом Левассер де Боплан - картограф України
URL: <https://maps.vlasenko.net/historical/ukraine/beauplan.html>.

Міняйло А. А.

студентка групи Дс 2020-1,

Науковий керівник:

Золотарчук Н. І.

канд. мист-ва, доцент кафедри дизайну

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ФІРМОВИЙ СТИЛЬ ЯК ЗАСІБ ІДЕНТИФІКАЦІЇ: ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ ТА ПРИЗНАЧЕННЯ

В сучасному світі створюється багато підприємств, які надають різноманітні послуги та товари, та іноді споживачам важко знайти саме той продукт, який задовольнить їх потреби. Більш того, важливим питанням постає ідентифікація компанії для позиціонування на ринку, що має забезпечити її пізнаваність та створення певного іміджу. Саме для цього компанії завжди створюють власний фірмовий стиль, який допоможе сформуванню конкретну пропозицію та вплинути на певний осередок споживачів. Актуальність теми полягає в тому, що через невміння правильно виділяти вирашні сторони та надавати



коректну інформацію про діяльність фірми, підприємства зазнають збитків. Постає зараз досить великою проблемою правильно розповісти про свій продукт, сформувавши позитивний імідж [10].

Мета статті – розкрити значення фірмового стилю та його сутність як засобу ідентифікації компанії.

Завдання – визначити поняття фірмового стилю, його функції та призначення; дослідити фірмові стилі компаній на конкретних прикладах.

Кожна компанія, яка розраховує на тривалу та успішну роботу на ринку, рано чи пізно замислюється над формуванням свого іміджу. Одним із основних елементів, що формують імідж підприємства є фірмовий стиль. Фірмовий стиль – це частина образу компанії, що необхідна для виділення фірми та її продукції серед різноманіття інших. Якісно розроблений і грамотно використаний фірмовий стиль дає можливість компанії заявити про себе, зайняти лідируюче положення на ринку, сформувати позитивний імідж, збільшити кількість клієнтів, а, отже, і прибуток [7]. Основними його елементами є колірна палітра (фірмові кольори), логотип (фірмовий знак), фірмове гасло, текстовий знак, фірмовий шрифт та типографіка. Фірмовий стиль додатково включає особливий вигляд приміщень організації, стосується поліграфії, а також таких численних дрібничок, як посуд, серветки, значки тощо. На думку багатьох експертів у сфері маркетингу, кожний з елементів комплексу маркетингових комунікацій має за мету просування не тільки товару чи його виробника, а в цілому фірмового стилю підприємства [3, с.43]. Разом із фірмовим знаком і шрифтом, фірмовий колір має виняткове значення для ідентифікації фірми. Вважається, що колір найбільше сприяє встановленню контакту між фірмою і покупцем, тому що сприймається і запам'ятовується значно швидше, ніж зображувальна і письмова інформація [4, с. 448-458]. Фірмовий стиль для компанії виконує низку важливих функцій: функція ідентифікації, іміджева та диференціююча функція [7].

У цілому фірмовий стиль дозволяє своєму користувачу (власнику):

- а) виділитися серед конкурентів, стати таким, що добре запам'ятовується і впізнається;
- б) демонструвати спадкоємність діяльності, позиціонування;
- в) підтримувати сформовану довіру у споживачів та партнерів по бізнесу [5, с. 288].

Найважливішим елементом фірмового стилю та упаковки є фірмовий знак. Він використовується для виокремлення товарів і послуг підприємства та для реклами і є тим незвичним об'єктом власності, призначення якого «виділяти», а, отже, «рекламувати» [8, с. 43].

Споживач повинен звикнути до знака, впізнавати його «в обличчя», тоді пізніше, побачивши його на виробі, він буде ставитись до нього, як до свого старого знайомого. Торговий знак є своєрідною візиткою підприємства, з ним пов'язане підтримання певного іміджу фірми, що створюється роками бездоганної роботи на ринку. Зміна знака може нанести більшої шкоди, ніж будь-які організаційні зміни, в тому числі зміна власника [9].

Для того, щоб краще проаналізувати фірмові стилі, пропону розглянути їх на конкретних прикладах, порівнявши різні торговельні марки морозива.

Морозиво торгової марки «Laska» позиціонується як морозиво з усього світу – виробники зв'язали смак і вигляд кожного морозива з конкретною країною та її родзинкою. В Україні завод з виробництва цього морозива знаходиться в м. Кропивницький. Назва компанії водночас являється її логотипом. Він представлений різнокольоровими буквами, а остання зображена у вигляді надкушеного морозива. На мою думку, цей фірмовий знак не є дуже вдалим, оскільки в ньому використано занадто багато різних форм та кольорів, яких важко запам'ятати. Але не зважаючи на це, є одна річ, яка привертає увагу споживачів. Це те, що класичний пломб'ір і морозиво в стаканчику виробники представляють в якомусь незвичному образі. Наприклад, морозиво у



вигляді грошей, кукурудзи, дині чи футбольного м'яча [2].

Житомирська компанія «Рудь» – це однозначний лідер на вітчизняному ринку. Фірмове гасло компанії: «Морозиво №1». Логотип зображений у вигляді трьох синіх кружечків, які нагадують три кульки морозива. Сама ж назва розміщена нижче червоними літерами. Я вважаю, що цей логотип на відміну від попереднього є дуже вдалим, оскільки він стилізований, максимально простий, лаконічний та має лише два кольори, які вже добре закарбувалися в пам'яті споживачів. Також я звернула увагу на те, що саме для цієї торгової марки достатньо на упаковці двох фірмових кольорів (червоний і синій), щоб всі зрозуміли про яке морозиво йде мова. Це ще один доказ того, що морозиво даної торгової марки користується достатньою популярністю і є узнаним серед людей.

Львівський холодокомбінат випускає на вітчизняний ринок морозиво під торговою маркою «Лімо». Фірмове гасло підприємства – «Ми любимо морозиво!» Логотип цієї компанії, так само співпадає з її назвою, як і логотип компанії «Ласка», а фірмові кольори співпадають з кольоровою гамою компанії «Рудь». Загалом кольори досить прості та гармонійно між собою поєднуються, а, отже, і запам'ятовуються. Назва компанії коротка та лаконічна, шрифт швидко читається та легко сприймається оком людини.

ТМ «Ласунка» – це сучасний виробник морозива на спеціалізованому підприємстві. На даний момент компанія «Ласунка» – це вже офіційна група з п'яти підприємств. Це і масштабні виробництва, які базуються у різних містах України (Дніпро, Тернопіль, Нікополь), і окремі фірми, діяльність яких спрямована на забезпечення логістики компанії [1]. Фірмове гасло компанії: «Ласунка – виробник щастя». Фірмові кольори: червоний і білий, нагадують солодку карамельку. Логотип зображений у вигляді білочки. Це є досить складна форма і за рахунок того, що вона ніяк не спрощена і не стилізована, погано сприймається і не запам'ятовується. Відповідно цей логотип не дуже поширений та погано впізнаваний людьми.

Висновки. В ході дослідження висвітлено поняття фірмового стилю, його функції та призначення; проведено порівняльну характеристику фірмового стилю найвідоміших торгових марок морозива по всій Україні.

Отже, постійні елементи фірмового стилю економлять час споживача, спрощують для нього процес здійснення покупки і викликають позитивні емоції, що асоціюються з ім'ям і чином підприємства. В умовах конкурентного середовища для кожного підприємства питання формування ефективного фірмового стилю є найбільш актуальним, оскільки фірмовий стиль становить певним чином формалізовану систему ідентифікації підприємства і всі його функції, так чи інакше, пов'язані зі створенням позитивного образу компанії, який повинен запам'ятуватися і бути привабливим для його споживачів.

СПИСОК ВОКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Про компанію. URL: <https://lasunka.com/pro-kompaniyu/> (дата звернення 20.10.2021)
2. Аналіз дизайну упаковки. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/dizain/analiz-dizajna-upakovki-morozhenogo.html> (дата звернення: 21.10.2021).
3. Ромат Е.В. Реклама. Общие вопросы: учебник для вузов/ Ромат Е.В. 7-е изд. СПб.: Питер, 2008.
4. Прищенко С.В. Проблеми колірної гармонії в сучасній рекламній графіці України. Збірник наук. праць Академії мистецтв України «Мистецтвознавство України». Київ: СПД Пугачов, 2006. Вип. 6-7.
5. Минервин Г.Б. Дизайн: иллюстрированный словарь-справочник/ под ред. Минервина Г.Б., Шимко В.Т. Москва : Архитектура-С, 2004. 288 с.
6. Фірмовий стиль як засіб ідентифікації компанії. URL: <https://int-konf.org/ru/2013/suchasnist-nauka-chas-vzaemodiya-ta-vzaemovpliv-18-20-11-2013-r/609-topchij-n-firmovij-stil-yak-zasib-identifikatsiji-kompaniji> (дата звернення: 20.10.2021).
7. Фірмовий стиль компанії: сутність і функції. URL: <https://>



- megamarketing.com.ua/firmovyi-styl-kompanii/ (дата звернення: 20.10.2021).
8. Жаркова В.Є., Обласова О.І. Фірмовий стиль як технологія просування бренду. Масова комунікація у глобальному та національному вимірах. 2019. Вип. 11. С. 41-46.
 9. Фірмовий стиль. URL: <https://library.if.ua/book/15/1353.html> (дата звернення: 21.10.2021).
 10. Формування фірмового стилю в системі брендингу торговельних підприємств. URL: https://duan.edu.ua/images/News/UA/Departments/Marketing/2021/roboty_finalistiv/MARK_20M.pdf (дата звернення: 21.10.2021).

Морохова К.О.

студентка групи Жс-2020
спеціальності Журналістика

Науковий керівник:

Качмар Віра Михайлівна,

к.філол.н., доц.

кафедри журналістики,

реклами та зв'язків з громадськістю

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ПРАВДА СЛОВА І СИЛА В ІНТЕРПРЕТАЦІЇ КЛАСИКІВ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ У СУЧАСНОМУ МЕДІЙНОМУ КОСМОСІ

Український медійний простір є доволі привабливою платформою для маніпуляцій: хтось завдяки інформації збагачується, хтось володіє світом, а є і такі, а їх, на жаль, чимало, рахують останні копійки на хліб. Вважалося, те, що написано в газеті, мовлено по радіо чи телебаченню є правдивим, але не в наш час. Тому ми поставили перед собою мету, дослідити журналістську та пропагандистську діяльність українських класиків, зокрема: Тараса Шевченка.

Тарас Шевченко. «Він був модником, денді, любив епатувати, однак він не страждав дистильованим снобізмом», - такі слова про відомого українського письменника, художника, пророка, та, не побоюся цього слова «ГЕНІЯ» сказав журналіст інтернет-видання «Твоє місто» Андрій Дрозд. Мені імпонують його слова, оскільки творчість Шевченка мала й має до сьогодні неабиякий вплив на читача: цьогоріч озвучили його справжній голос, недавно відкрили виставку картин Тараса Шевченка в музеї мистецтв Прикарпаття, на екранах транслювали фільм про маловідомі факти з життя, з початку незалежності України, проходять Конкурси, Олімпіади для знавців творчості письменника, тому і не дивно, що його регулярно намагаються «одягнути» в сучасні шати. До прикладу, Юрій Андрухович уявив, що сучасний Шевченко неодмінно мав би бути репером, а для когось він «крутий і модний, молодий і запальний, а не старий поважний вусатий дідусь» (сайт «Україна молода»).

А от науковці Ольга Резниченко та Надія Наумова зауважують: нинішня влада теж не залишає у спокої образ Тараса Шевченка, наділяє його новими штампами - такого собі молодого фронтмена, тусовщика на петербурзьких балах (маємо на увазі зображення на стогривневій купюрі).

Ольга Резниченко каже, що нам намагаються показати Тараса Шевченка «світським левом», акцентується, що йому було суперово в Петербурзі; неначебто він був веселою легковажною людиною, постійно перебував в оточенні дівчат. Надія Наумова додає, що у Каневі великого Кобзаря зобразили занадто європейським. «А вони, бідолахи, не розуміють, що та Європа якраз хоче побачити Шевченка національного, українського».

Позаяк, він був людиною епатажною, в деякій мірі екстравагантною, сміливою у проявах своїх смаків, здається, йому позаздрив би Андре Тан, та, що там він, поціновувачка вишиваного вбрання Оксана Полонець, Юлія Магдич і Оксана Караванська. Не варто забувати, що Шевченко був художником, тому володів бездоганним смаком і відчуттям естетики. Тож, як писав Іван Драч:



Скиньте з Шевченка шапку. Та отого дурного кожуха.

Відкрийте в нім академіка. Ще - одчайдуха - духа.

Ще - каторжника роботи. Ще нагадайте усім:

Йому було перед смертю всього лише сорок сім.

Однак не варто забувати, що його зовнішній образ проявляв внутрішні стани, пориви, наміри й амбіції, а якоюсь мірою і протести, заперечення усього, що було в ті часи загальноприйнятим.

А ми спробуємо осучаснити Тараса Шевченка і на мить уявити його журналістом й активістом. Згадаймо часи Революції гідності, де своєрідним символом став модифікований Шевченко: він носить бандуру, каску, має бити, тобто асимілюється з типовими учасниками протесту. В цей час Артем Полежака створює пастиш на вірш «Садок вишневий коло хати» з метою руйнування сентиментального іміджу села. У його версії в гумористичній формі показано віртуальний образ України, створений російськими ЗМІ:

Садок вишневий коло хати,
 Раби сапають буряки,
 Танцюють фрейлехс парубки,
 Висить дитинка розіп'ята -
 Над тільцем пурхають круки.
 Зігують мати на порозі,
 Моститься ззаду син-Пріап,
 В світлиці на іконі - цап,
 Сім'я вечерея на підлозі -
 Парує смажений кацап.
 З АТО ідуть американці,
 Співають «бейбі, донт ю край...»
 Лунає спів за небокрай,
 Ти ж uber alles, моя мамцю -
 Жидофашистський рідний край...

Чи існує в українській журналістиці прототип Шевченка? Звісно, так. Ним є Денис Бігус – яскравий, харизматичний і популярний (не такий як Шевченко, але...), веде проект антико-

рупційних розслідувань «Наші гроші». Можливо між ними й існують якісь родинні зв'язки, але погляди на політику та їх лідерів стовідсотково однакові. Порівняймо:

«Я мало розуміюся на акціях. Я не вмю «в плакати». Але мені здається, найкращим плакатом буде привезти цеглу і закласти це посольство нахер (мова про посольство Росії, після повідомлення про «вбивство» Бабченка – прим.авт.). У нас до цих пір немає візового режиму. Йде торгівля. «Лінія Яценюка» – ганебна пара кілометрів дроту. А давно пора будувати стіну. У всіх сенсах. І судячи з усього – самим. Хоча б навколо посольства. Для початку» (Денис Бігус).

*Якби-то ти, Богдане п'яний,
Тепер на Переяслав глянув!
Та на замчище подив[ив]сь!
Упився б! здорово упивсь!
І препрославлений козачий
Розумний батьку!.. і в смердячій
Жидівській хаті б похмеливсь
Або б в калюжі утопивсь,
В багні свинячім.
Аміль тобі, великий муже!*

Великий, славний! та не дуже... (Т.Шевченко).

Як бачимо, проблема така ж, однак герої різні. Те, що було актуальним за Шевченка, актуальним залишилося на довгі роки. Тож «Учіться брати мої!» - учіться в Шевченка.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Дрозда А. ШЕВЧЕНКО ТА ЛЮДИ НА ЛІТЕРУ «Х» [Електронний ресурс] / Андрій Дрозда – Режим доступу до ресурсу: https://tvoemisto.tv/blogs/shevchenko_ta_lyudy_na_literu_h_91961.html.
2. Драч І. Виклик [Електронний ресурс] / Іван Драч – Режим доступу до ресурсу: http://ukrlit.org/drach_ivan_fedorovych/vyklyk.

Наконечний О.В.

студент групи Ас-2019

Науковий керівник:

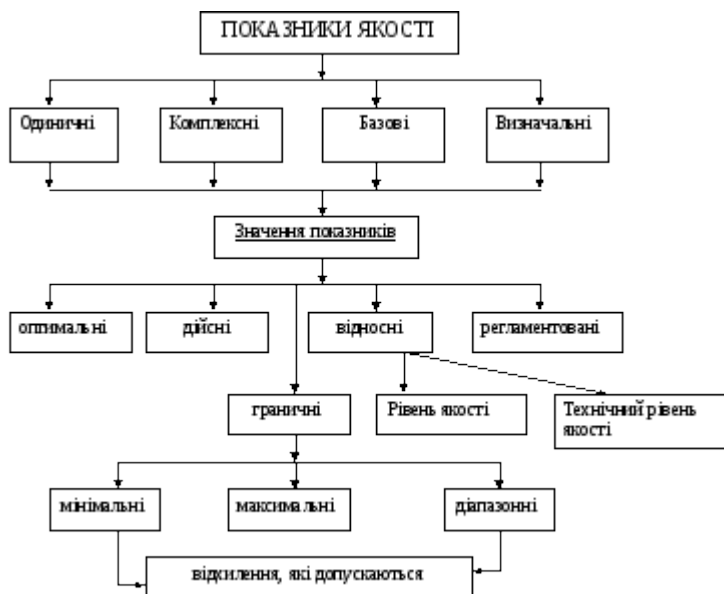
ст. викладач Веркалець С.М.

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ БУДІВЕЛЬНО-МОНТАЖНИХ РОБІТ ТА ПРОДУКЦІЇ

Якість будівельної продукції визначається за результатами виробничого контролю і оцінюється відповідно до спеціальної інструкції з оцінки якості будівельно-монтажних робіт. Виробничий контроль якості в будівельно-монтажних організаціях повинен включати вхідне, операційне і приймальне інспектування з відповідною до них оцінкою якості. Дані результатів всіх видів контролю фіксуються в журналах спеціальних робіт. Це створюється для того, щоб населення кожної країни отримувало тільки якісну продукцію та послуги, за якими їм буде комфортно жити і використовувати їх у побутовій сфері [2].



Якість будівельної продукції визначається: загальним рівнем проектних рішень, відповідності цих рішень сучасним науково-технічним вимогам та будівельним нормам і правилам; якістю будівельних матеріалів, виробів і конструкцій, які мають відповідати вимогам державних стандартів або технічних умов; якістю виконання будівельно-монтажних робіт [3].

За встановленими відповідними стандартами можна звернутися до документу ДБН А.3.1-5-2009 (Забезпечення Якості Будівельної Продукції), в якому чітко регламентовані нормативи щодо якості продукції та допустимим рівнем їхньої функціональності та мінімальним характеристикам для початку використання чи застосування у певній побутовій сфері.



До системи контролю і нагляду в будівництві входять органи державного і відомчого контролю, відповідні служби генерального проєктувальника та замовника, що здійснюють авторський і технічний нагляд за додержанням умов проєкту та вимог нормативної документації, а також служби будівельно-монтажних організацій, які здійснюють виробничий контроль якості будівельно-монтажних робіт [6].

У боротьбі за підвищення ефективності інвестиційної діяльності на сучасному етапі розбудови економіки першорядне



значення набуває поліпшення якості будівництва. У системі заходів, спрямованих на досягнення високої якості будівельних робіт, важливе місце займає контроль за якістю будівництва. Контроль за якістю будівництва полягає в відповідності перевірки будівельно-монтажних робіт, а також будівельних матеріалів та виробів, від яких залежить якість будівельної продукції, вимогам проектів.

Основне завдання контролю якості будівництва - попередження, виявлення, усунення причин, відхилень, які можуть привести у будівництві до пошкоджень конструкції [1].

До системи контролю і нагляду у будівництві входять органи державного і відомчого контролю, відповідні служби генерального проєктувальника та замовника, що здійснюють авторський і технічний нагляд за додержанням умов проєкту та вимог нормативної документації, а також служби будівельно-монтажних організацій, які здійснюють виробничий контроль якості будівельно-монтажних робіт.

Виробничий контроль якості виконують під час підготовки і виконання будівельно-монтажних робіт; він спрямований на отримання об'єктивної і повної інформації щодо фактичної якості вихідних будівельних матеріалів, робочої документації та технології і техніки виконання будівельних процесів для виявлення причин відхилення від вимог нормативно-проектної документації і ухвалення рішень щодо виправлення та попередження їх у майбутньому [5].

Важливу роль у забезпеченні потрібного рівня якості та відповідності виконаних робіт або закінчених будівництвом об'єктів вимогам нормативно-технічної документації відіграє контроль і нагляд у будівництві, який функціонує у вигляді системи установ, організацій і підрозділів, функціональне призначення яких регламентовано системою законодавчих і підзаконних актів та нормативними документами.

Контроль якості будівельно-монтажних робіт (БМР) на об'єкті повинен систематично здійснюватися лінійним інженерно-технічним персоналом і технічними керівниками буді-

вельних організацій. Він повинен бути зосереджений на перевірці:

- комплексності виконання підготовчих робіт;
- відповідності виконуваних БМР проекту, робочій документації, вимогам державних будівельних норм і технічних умов;
- якості й відповідності вимогам державних стандартів застосовуваних будівельних матеріалів і виробів;
- правильності технології й послідовності виробництва всіх видів будівельних і монтажних робіт;
- своєчасності й точності геодезичного контролю виконання БМР;
- правильності оцінок якості виконаних робіт, прийнятих від виконавців;
- правильності й своєчасності складання виконавчої технічної документації (актів на приховані роботи, журналів зварювальних, бетонних і інших робіт) і т.д. [4].

Отже, контроль за якістю будівельно-монтажних робіт та продукції досить складний та тривалий процес, який вимагає дотримання ustalених нормативів та правил, за якими створюються відповідні матеріали та конструкції, для подальшого їх використання у промисловості та побуті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. <https://zen.in.ua/investitsiyi/rozrahunki>
2. <http://um.co.ua/1/1-3/1-3205.html>
3. <https://studopedia.org/13-113072.html>
4. <https://studfile.net/preview/5433279/>
5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент: Пер. с англ. - СПб., М., Х., Минск.: Питер, 1999. – 888 с.
6. Мочерний С. Економічна теорія для менеджерів: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів/ Степан Мочерний, В. М. Фомішина, О. І. Тищенко. - Херсон: ОЛДІ-плюс, 2006. - 624 с.



Насадюк Т.В.,
студентка групи Дс 2020-1,

Науковий керівник:

Золотарчук Н. І.
канд. мист-ва, доцент кафедри дизайну
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

КОЛІР БРЕНДУ ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ЛЮДИНУ

На сучасному конкурентному ринку впізнаваність бренду відіграє надзвичайно важливу роль у приверненні уваги споживачів. Психологія кольору в контексті його сприйняття – один із найцікавіших, але разом з цим найнеоднозначніший аспект маркетингу. А колір, у свою чергу, є одним із найважливіших факторів, що впливають на покупців.

Колір відіграє ключову роль у процесі сприйняття продукції та бренду в цілому. Як показують спеціальні дослідження, 93% споживачів приймають рішення про покупку, ґрунтуючись на візуальних факторах, основним з яких є колір. Тому вивчення феномену кольоросприйняття людини з орієнтацією на рекламно-підприємницьку сферу є актуальним, оскільки візуальна символіка є однією з основних складових успішного формування бренду. Результати даного дослідження допоможуть у розробці саме такого товару, який викличе у споживачів беззаперечне бажання його придбати. Об'єктом дослідження роботи є колір бренду.

Метою статті є виявлення особливостей сприйняття кольору споживачами для подальшого розроблення рекомендацій з використання кольорів у просуванні свого бренду.

Завдання:

- узагальнити існуючі психологічні підходи щодо кольоросприйняття;
- надати фактологічне підтвердження думці, що колір відіграє ключову роль у сприйнятті продукції та бренду;
- розглянути найпопулярніші кольори брендів;

• дослідити загальносвітові тенденції у використанні колористики провідними компаніями.

Колір є символом й ідентифікатором продукції, він має виділятися на колірному різноманітті конкурентів і бути впізнаним на будь-якій поверхні рекламних носіїв. Щоб створити сильний бренд, необхідно сформувати належну колірну гаму. Новітнім способом виділення свого товару серед інших подібних стала бренд-колористика – це маркетинговий інструмент впливу на цільову аудиторію через вивчення психології сприйняття кольорів споживачами та застосування у рекламній діяльності [2].

Сприйняття кольору залежить від емоційного стану людини. Залежно від настрою люди сприймають один колір, дратуються на інший і нейтрально відносяться до третього кольору. Величезну увагу впливу кольору на сприйняття людини та її психічний стан приділяв швейцарський психолог Макс Люшер. Він виявив, що певні кольори викликає у людини цілком певні емоції. Колір бренду може збільшити його впізнаваність на 80%. Він робить елементи бренду привабливішими, відтак вони краще запам'ятовуються, стають емоційно виразнішими. Додаткові дослідження виявили, що наш мозок надає перевагу помітним брендам, які зробили колір неймовірно важливою складовою під час розробки власної ідентичності [5].

У 2014 р. TheLogoCompany провела масштабне дослідження щодо сприйняття споживачами різних брендів, у наслідок чого були визначені основні кольори логотипів брендів та сфери діяльності цих компаній.

Важливим є розгляд кольорів, які використовують відомі компанії та бренди для просування своєї продукції.

Чорний колір у логотипі використовують відомі фірми і бренди Яндекс, Adidas, WWF, Puma, Chanel. Він символізує владу і популярний у якості індикатора потужності компанії. Простота використання чорного кольору в логотипі свідчить про його впевнену позицію ринку. В цілому підходить для авторитетних корпорацій, формальних організацій, марок зі сві-



товою популярністю брендів. Нині чорний також сприймається як колір творчих, креативних людей. Наприклад, фірмовий колір Monobank – чорний, але в контексті мобільного банку він символізує не багатство чи траур, а креативність [4].

Синій колір символізує чистоту, святість, жіночність, рівність. Синій сприятливий для сфер медицини та науки, окрім цього його слід використовувати ІТ-корпораціям. Синій використано в брендингу гігантської кількості ІТ-компаній: Microsoft, Intel, Facebook, LinkedIn [8].

Зелений колір як ніякий інший символізує «свіжість» та «здоров'я». Усе зелене асоціюється з екосистемою, природою та навколишнім середовищем, а також речами, пов'язаними із життєвим благополуччям. Логотип зеленого кольору викликає почуття природної свіжості. Зелений колір визначає такі бренди, як Whole Foods Market і Fresh Express Salad [9].

Сірий колір має нейтральний відтінок, він ніби німий і холодний і тому досить часто зустрічається в логотипах у зв'язку зі своєю відмінною здатністю працювати з багатьма іншими кольорами. У варіанті одного відтінку, сірий часто властивий великим, упевненим у собі компаніям, таким як Apple або Swarovski, позиції яких на ринку вже не викликають сумніву [6].

Червоний – колір, відомий хвилюванням і пристрастю. Багато компаній, які мають глибокі та міцні зв'язки з громадськістю (наприклад, Vodafone, LEGO, Coca-Cola) використовують червоний колір. Коли справа доходить до вивісок і маркетингу, червоний створює відчуття нагальності і змушує людей зупинитися та звертати увагу [8].

Жовтий – це колір життєрадості, оригінальності, гумору та іронії. А негативний бік жовтого кольору бренду - тривога, попередження, божевілля. Жовтий використовують Nikon, National Geographic, IMDb, Ferrari [7].

Фіолетовий колір має на увазі королівський стиль, щось містично духовне і вишукане. Використання цих кольорів у логотипі припускає таке посилення для клієнта: «У нас дуже доро-

го, але по-королівському». Колір використовується як основний у логотипі бренду Hallmark [6].

Якщо компанії потрібно підкреслити стабільність, надійність, традиційність, більше за все підійдуть неяскраві, але насичені благородні кольори. Це кольори таких послуг, як страхування, юридичні послуги, банківські послуги. Якщо сфера діяльності – творчість, шоу-бізнес, ті сфери, де для успіху необхідний високий рівень креативності й уміння, то можна упевнено обирати яскраві, позитивні кольори [3].

Отже, вибір кольору для певного типу продукції є дуже суттєвим, адже кожний колір має свою природу і різним чином впливає на підсвідомість споживача. Також необхідно розцінювати інтерпретацію відібраного кольору щодо всіляких культур бренду. Серед найпопулярніших кольорів розглянули: фіолетовий, синій, чорний, зелений, жовтий, червоний, сірий. Результати досліджень, свідчать про наявність загальносвітових тенденцій у використанні колористики провідними компаніями. Варто прагнути до того, щоб вибрати той колір з палітри, який буде найкраще представляти «обличчя» бренду, а до того ж вселить у клієнтів довіру і гідне ставлення до компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Печенюк Т. Кольорознавство, Харків: Грані-Т, 2006, 384 с.
2. Бренд-колористика, URL: <http://www.flomaster.ua/index.php?p=68>, (дата звернення: 18.10.2021).
3. Бренди та їх кольори, URL: <http://natalydesign.ru/?p=4175>, (дата звернення: 18.10.2021).
4. Значення кольорів у дизайні та маркетингу, URL: <https://bazilik.media/znachennia-koloriv-u-dyzajni-ta-marketynhu/>, (дата звернення: 19.10.2021).
5. Вплив кольору товару на психологічне сприйняття споживачів, URL: <http://global-national.in.ua/archive/3-2015/101.pdf>, дата звернення: 19.10.2021).
6. Колір як метод якісного маркетингу, URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/78513113.pdf>, (дата звернення: 19.10.2021).



7. Психологія кольору в дизайні логотипу, URL: <https://spilno.org/article/psykhohohiya-koloru-v-dyzaini-lohotypu>, (дата звернення: 20.10.2021).
8. 50 відтінків вашого бренду, URL: <https://art-light.com.ua/articles/dizaun-reklami/50-ottenkov-vashego-brenda>, (дата звернення: 20.10.2021).
9. Піпкіна В. Використання зеленого кольору у рекламі, URL: <https://int-konf.org/ru/2013/suchasnist-nauka-chas-vzaemodiya-ta-vzaemovpliv-18-20-11-2013-r/608-pipkina-v-vikoristannya-zelenogo-koloru-u-reklami>, (дата звернення: 20.10.2021).

Неспляк В.І

студент групи Дс-2019-2

Науковий керівник:

І.Я. Матоліч

канд. мистецтв., доц. кафедри дизайну

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

АБСТРАКТНЕ МИСТЕЦТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Абстрактне мистецтво також називають безпредметним – живопис, скульптура або графіка, в яких зображення речей із видимого світу відіграє незначну або зовсім не важливу роль. Все мистецтво здебільшого складається з елементів, які можна назвати абстрактними – елементів форми, кольору, лінії, тону та фактури. До ХХ століття ці абстрактні елементи художники використовували для опису, ілюстрування чи відтворення світу природи та людської цивілізації [1].

Сьогодні абстракціонізм успішно використовується в дизайні, живописі та скульптурі. Ця течія привертає увагу як колекціонерів, критиків, так і звичайних людей.

Батьками абстракції вважаються Василь Кандинський, Ка-

зимир Малевич і Володимир Татлін, які залишили після себе чимало спадщину. Сьогодні також є багато митців, які працюють у цьому напрямі.

Абстрактні роботи складно чітко класифікувати, оскільки цей напрям має багато послідовників, кожен з яких вніс своє бачення. Сьогодні виділяють:

- кольоровий абстракціонізм – у роботах художники експериментують з кольорами та відтінками;
- геометричний абстракціонізм має характерні відмінності, оскільки поєднує чіткі лінії та форми, створює ілюзію глибини та перспективи. Представники цього напрямку – супрематисти й неопластики;
- виразний абстракціонізм і ташизм – акцент робиться не на кольорі, формі чи лінії, а на техніці, завдяки якій передаються емоції та відображається несвідоме автора, який працює без будь-якого попереднього плану;
- мінімалістичний абстракціонізм – ближчий до авангарду, тут відсутні будь-які асоціації. Лінія, форми та кольорова гама використовуються мінімально [1].

Сьогодні є чимало митців-абстракціоністів. Свідченням цього є те, що в Івано-Франківську щороку проводять виставки абстрактного мистецтва, де бере участь велика кількість митців не лише з Івано-Франківська, але й з інших міст України. Остання така виставка відбулася влітку цього року у виставковій залі Спілки художників України. До експозиції увійшли твори таких художників: Володимира Тарашука, Павла Сулименка, Миколи Панакова, Людмили Давиденко, Анатолія Фурлета, Володимира Чорнобая, Василя Куця та ін. [4].

До митців-початківців належить молодий перспективний художник Віталій Гоцанюк. Він створює графічні роботи, а саме абстрактно-експресивну каліграфію. Митець наголошує на слові «добро», яке сховане в абстрактних лініях та шарах фарби. Завдяки такому нашаруванню та повторюваності саме слово перетворюється в абстрактну пляму та втрачає читабельність. Тим самим художник хоче привернути увагу на знецінен-



ні цього поняття в сучасному світі [3].

Хоча абстракціонізму налічується вже більше, ніж сто років, цей напрям і сьогодні не втрачає своєї актуальності та перебуває в процесі розвитку. Про це свідчить те, що в багатьох містах України періодично відбуваються колективні виставки абстрактного мистецтва, де мають змогу представити свої твори як досвідчені митці, так і аматори.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Абстрактне мистецтво: веб-сайт. URL: <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/a/abstract-art> (дата звернення 16.10.2021).
2. Художники абстракціоністи: веб-сайт. URL: <https://poez-donlin.ru/uk/health/samye-izvestnye-hudozhniki-abstrakcionisty-opredelenie/> (дата звернення 16.10.2021).
3. Виставка абстрактно-експресивної каліграфії: веб-сайт. URL: <http://bastion-if.com.ua/uk/news/vistavka-abstraktno-iekspriesivnoyi-kalighrafiyi-vitaliia-gotsaniuka> (дата звернення 21.10.2021).
4. Абстрактне мистецтво в Івано-Франківську URL: <https://zbruc.eu/node/106931> (дата звернення 16.10.2021).

Озарко Н. Л.

фаховий бакалавр

Науковий керівник:

Луцький Роман Петрович

доктор юридичних наук, професор,

директор Науково-дослідного інституту

імені Академіка Івана Луцького

ЗВО «Університет Короля Данила»

ПОДАТКОВА АМНІСТІЯ: ЯК ЦЕ ПРАЦЮЄ ТА ЯКУ РОЛЬ ЗІГРАЄ У ЖИТТІ УКРАЇНЦІВ?

«Податкова амністія» – саме ці два слова стали болючою темою для обговорення усіх українців за останні пів року. Усі ми розуміємо, що велика кількість громадян, утримувала та



отримує переважну більшість своїх доходів та накопичень в обхід оподаткування та декларування. Можна перерахувати безліч причин чому так відбувається. Хтось займається підприємницькою діяльністю без реєстрації, когось роботодавець не прийняв офіційно на роботу та видає заробітну плату «в конверті». Ситуацій та причин цього явища безліч, проте питання оподаткування цих коштів стояло вже давно. Саме тому з 1 вересня 2021 року в Україні стартувала так звана податкова амністія, законопроект якої був підписаний Президентом України 15 червня цього року, та мав таку повну назву – Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання детінізації доходів та підвищення податкової культури громадян шляхом запровадження одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм активів та сплати одноразового збору до бюджету».

То що ж насправді очікує платників податків за цими двома словами, суть яких прописана в законі з такою довгою назвою?

Отож, відповідно до вищевказаного закону з 1 вересня 2021 року до 1 вересня 2022 року стартує кампанія, щодо можливості подання одноразового декларування активів фізичних осіб (резидентів, та самозайнятих осіб), а також фізичних осіб нерезидентів, котрі мають відношення до об'єктів декларування, які на момент отримання активу були податковими резидентами, платниками податків в Україні, тобто декларантами [2]. Відповідно, також є перелік осіб які не можуть бути декларантами, сюди відносять малолітніх/неповнолітніх а також осіб які є недієздатними, або обмежено дієздатними. Крім того не зможуть подати декларацію раніше діючі або діючі держслужбовці, депутати та члени їх сімей, які з 1 січня 2005 року зобов'язані декларувати свої статки в рамках антикорупційного законодавства.

Так, які ж активи підпадають під це одноразове декларування? Насправді, усе просто. У законі є чіткий перелік об'єктів декларування, а також вказано, що саме під таке декларуван-



ня не потрапляє. Декларуванню не підлягає майно, яке на дату завершення деклараційної компанії знаходиться у власності у декларанта (включаючи також спільне володіння), незалежно від наявності джерел доходу, що підтверджують їх придбання [3]. Сюди зокрема відноситься наступне:

- **нерухоме майно** – квартири до 120 квадратних метрів (варто додати, що враховується саме сукупна площа, тобто декларант може мати одну квартиру площею до 120 квадратних метрів, або, наприклад, 3 квартири по 40 квадратів, при цьому декларувати таке майно не потрібно, проте якщо загальна площа буде навіть на 1 квадрат більшою – декларувати потрібно); а також будинки – до 240 квадратних метрів (як завершеного так і незавершеного будівництва); нежитлові приміщення - до 60 квадратних метрів (тобто нежитлові будинки некомерційного призначення, а також будинки незавершеного будівництва не комерційного призначення); земельні ділянки (сукупний розмір яких по кожній окремій ділянці не перевищує норми безоплатної передачі, визначеної статтею 121 Земельного Кодексу України).

- **рухоме майно** – один транспортний засіб некомерційного призначення. Винятками є літаки, катера, яхти, вертольоти, мотоцикли з двигуном понад 800 см. куб., і автомобілі з двигуном понад 3 тис. см куб або вартістю понад 400 тисяч гривень, а також ті транспортні засоби, які призначені для перевезення 10 і більше осіб, враховуючи водія.

- **грошові активи** – тут все просто, не підлягають декларуванню активи, сукупна вартість яких не перевищує 400 тисяч гривень. Якщо ж ці активи розміщені в іноземній валюті то їх вартість обчислюється в гривні за курсом національної до іноземної валюти, встановленої Національним Банком України.

- **інше цінне майно** (сюди відносяться предмети мистецтва та антикваріату, дорогоцінні метали та каміння, ювелірні вироби та інше).

Отже, виходячи з даного переліку, можна зрозуміти, що усі хто накопичили понад 400 тисяч, володіють будинком/квартирою з площею більше 240/120 квадратних метрів, земельною

ділянкою більшою 2 гектарів, а також транспортним засобом, вартість якого більша тих же ж 400 тисяч гривень, повинні будуть пояснити, що активи були набуті з доходів з яких в повному обсязі та своєчасно були сплачені податки, в протилежному випадку такі податки потрібно сплатити зараз, щоб у майбутньому не потрапити під приціл податкової служби з питаннями – «а звідки гроші?»).

Але звісно, попри ті питання котрі можуть виникнути у подальшому, найбільш дискусійним все ж залишається одне питання.[4] Скільки потрібно заплатити українцеві, щоб отримати спокій з податками? Отже, в рамках кампанії з одноразового добровільного декларування, українські активи та валютні цінності, що знаходяться на рахунках в банках, а також ті, які переведені в Україну для цілей декларування можна амністувати під 5%. Для активів та цінностей що розміщені закордоном, така ставка складає – 9%, проте відсоток може бути зменшений до 7 для декларацій які будуть подані до 1 березня 2022 року. Ставка збору також може бути зменшена до 2,5 відсотка якщо декларант придбає на всю суму декларованих коштів ОДВП (простими словами – облигації внутрішньої державної позики) до моменту подання декларації. Це, зокрема, можливість не тільки зменшити ставку, а ще й заробити. Також цікавою є можливість, сплати збору в розстрочку, тобто трьома рівними частинами протягом трьох років, проте ставка збору буде вищою і складе – 11,5 відсотків. Відповідно сам одноразовий збір потрібно оплатити протягом 30 днів з моменту подання декларації.

Звичайно, постають логічні питання відносно теми подання цієї «нульової декларації». Перш за все громадянина буде цікавити, що взамін він отримає від держави за те що висвітлить свої статки, і що буде, якщо декларацію не подавати? Відповідно до цього закону, в обмін на висвітлення своїх активів держава обіцяє громадянам не застосовувати засоби кримінального переслідування, слідчі і оперативно-розшукові дії в зв'язку з формуванням джерела походження амністованих активів



за будь-який період, що передує 1 січня 2021 року [1]. Сюди згідно закону віднесено дві статті Кримінального кодексу, а саме 212 та 212-1. Крім того до суб'єктів які подали декларації не будуть починатись адміністративні провадження в рамках порушення податкового та валютного законодавства. Зокрема перелік цих статей Адміністративного кодексу, зазначений в законі та є вичерпним. Проте варто зазначити, що ці гарантії не поширюються на інші статті Кримінального кодексу, що в свою чергу дає можливість правоохоронним органам притягнути декларанта за інший вид злочину.

Що ж нас очікує, після подання одноразового декларування своїх активів та доходів? Думки з цього приводу різняться. Журналісти видання «Forbes.ua» вважають що після подання та перевірки сплати усіх зборів та податків з декларацій українців, органи податкової служби та фінмоніторинг візьмуться за тих резидентів України, що не скористались спеціальним декларуванням, але володіють активами більшими ніж ті, що не підлягали спеціальному декларуванню [5]. Зокрема всім хто не зможе довести сплату податків зі своїх доходів, за які були придбані активи, буде донараховане податкове зобов'язання вже не за ставкою 5 відсотків, а за ставкою 18 відсотків. Також будуть застосовані штрафні санкції в розмірі 25 відсотків від донарахованого податкового зобов'язання.

Цікавою також є думка редакторів видання «Радіо Свобода».[6] Зокрема економіст Андрій Новак в інтерв'ю зауважує, що, – «завдання податкової амністії – «засвітити» статки тих підприємців, які нелегально чи напівлегально вели свою діяльність і ухилялися від сплати податків. З одного боку, це шанс показати свої статки для тих бізнесменів, які накопичили їх не зовсім законним способом, і при цьому уникнути покарання від держави».

Попри це все, великою проблемою в цьому законі зокрема є незахищеність українських заробітчан, які так чи інакше можуть потрапити під нульове декларування, придбаючи ті чи інші активи на зароблені, не задекларовані кошти вдома. Таку

думку висловлює экс-генпрокурор Руслан Рябошапка у своєму пості у соцмережі «Facebook» [7]. На його думку обкладення українців, які важко працюють закордоном за тисячі кілометрів від дому для забезпечення своїх сімей, є не найкращою ідеєю.

На мою думку, впевненість в тому, що велика кількість українців стикнуться з несправедливістю та великою кількістю суперечок з податковими органами, безумовно є. Саме тоді багато людей намагатимуться знайти правду у нашій «ідеальній» судовій системі, а також шукатимуть різні обхідні шляхи щоб уникнути покарання і залишитись при своїх грошах.

І тут ми вертаємось до того, що цей закон є дуже продуманим у вузькоспеціалізованім. Тому що по більшій мірі він зачепить саме середній клас, тобто людей які мають гроші, які вміють ці гроші заробляти та грамотно ними розпоряджатися. В свою чергу держава прагне наповнити свій бюджет, проте ні держслужбовці ні представники багатого та олігархічного класу, ні тим паче бідний клас, цього робити не буде. І зрозуміло чому, багатий клас та олігархи вже давним-давно продумали свою податкову стратегію, і ведуть свій бізнес через іноземні банківські установи та офшорні компанії, а представники бідного класу, як не мали, так і не мають з чого віддавати гроші у державу, та і розбиратись в таких речах, як податкова амністія вони не будуть.

З одного боку можна розглядати податкову амністію, як можливість уникнути відповідальності за не задекларовані активи, та отримати документ, про те що держава не має жодних претензій до тебе і всіх статків, що в тебе можуть бути схованими «під матрацом». Але з іншого боку, якщо подивитись на цю ситуацію з точки зору нашого суспільства та його відношення до держави, де є суцільна недовіра як до правоохоронних органів, так і до судової гілки влади, де є економічна криза під час пандемії та низький рівень соціального забезпечення і державних гарантій. То зацікавленість громадянина у віддачі державі своїх грошей буде вкрай низькою, на мою думку. Тому на питання, як вплине податкова амністія на українців, можна



буде отримати відповідь через рік, коли ми будемо бачити всі її наслідки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аналіз Закону про податкову амністію. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/205829_shcho-potrбно-znati-pro-podatkovu-amnstyu-v-ukran-klyuchov-pitannya--vdpovd
2. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання детінізації доходів та підвищення податкової культури громадян шляхом запровадження одноразового (спеціального) добровільного декларування фізичними особами належних їм активів та сплати одноразового збору до бюджету». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/t211539?an=1>
3. Податкова амністія: які активи можна не декларувати. URL: https://biz.ligazakon.net/news/206178_podatkova-amnstya-yak-aktivi-mozhna-ne-deklaruvati
4. Проаналізувала закони Анастасія Равлик, юрист ЮФ «Кушнір, Яким'як та Партнери». URL: https://jurliga.ligazakon.net/analytics/204732_podatkova-amnstya-detel-priynyatikh-zakonv
5. Як податкова амністія перетворюється на контроль джерел доходів українців. URL: <https://forbes.ua/money/yak-podatkovu-amnistiya-peretvoryuetsya-na-kontrol-dzherel-dokhodiv-ukraintsiv-13082021-2270>
6. Як працюватиме податкова амністія? Пояснюють експерти. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/yak-prasuvatyme-podatkovu-amnistiya/31439098.html>
7. Rouslan Riaboshapka. Пост із соцмережі «Facebook». URL: <https://www.facebook.com/rouslan.riaboshapka/posts/4259867070741543>



Оліградський М. В.

студент групи Дс-2019-2

Науковий керівник :

к.мист-ва, доцент Гілязова Н. М.

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ІСТОРІЯ АРТ-ДИЗАЙНУ ТА ЙОГО ПОПУЛЯРНІСТЬ СЬОГОДНІ

Після настання ери постмодернізму, що прийшла до нас з 60-х років минулого століття, завдяки зламу світосприйняття, змін у духовних та естетичних потребах нового суспільства, відбулися кардинально різкі зміни від суворого модерністського світоустрою до, фактично, демократичного рівноправ'я, що сприяло не аби якого розширення можливостей в дизайні, що тільки набирав оборотів. Цей процес практично поставив автора на головне місце та надав можливість робити свої витвори унікальними, надавати їм експериментальних, особливо не бачених для того часу форм.

І саме форми визначили таку важливу роль арт-дизайну в постмодернізмі. Це в першу чергу зв'язано з тими самими змінами потреб суспільства, що відкрили «попит на унікальність», яка не могла забезпечити масове виробництво. Такою ситуацію скористались італійські майстри які вдало використали тенденції предметного проектування [2].

Таким чином в другій половині 20-го століття виникає арт-дизайн, який пов'язують в першу чергу з появою міланської групи «Алхімія» в 1976 році під проводом А. Мендіні, Е. Соттасса та А. Гуерреро. Вони у своїй творчості знаходили місце не тільки для великих проектів, а й приділяли час для створення вивісок, світильників, інтер'єрів та меблів. Автори прагнули перетворити звичайні речі повсякденного користування у щось оригінальне, надати їм естетичного змісту, поєднати їх з предметами «високого мистецтва».

Та головним атрибутом кожного арт-дизайнерського проек-

ту повинні були стати емоції, які закладались у будь-який твір, втілюючи в нього «життя». Такий підхід, завдяки новим та чудернацьким формам перетворювали звичайні об'єкти декору та повсякденного користування у щось значно більше – це були вже витвори мистецтва, які поєднували в собі функціонал та естетичне задоволення від їх споглядання.

У певній мірі арт-дизайн часто нагадує поп-арт, що розвивався дещо раніше. Однак багато спільного в них було тільки на перший погляд, поп-арт численними критиками трактувався як «не мистецтво» через своє бажання стати чимось середнім між мистецтвом та життям, через відчуття безглуздя та алогічних зав'язків в демонстрації буденних речей. Натомість арт-дизайн створював складний ідеологічний підтекст для кожного об'єкту, таким чином набуваючи змісту протесту художника проти навколишньої брехні суспільного життя.

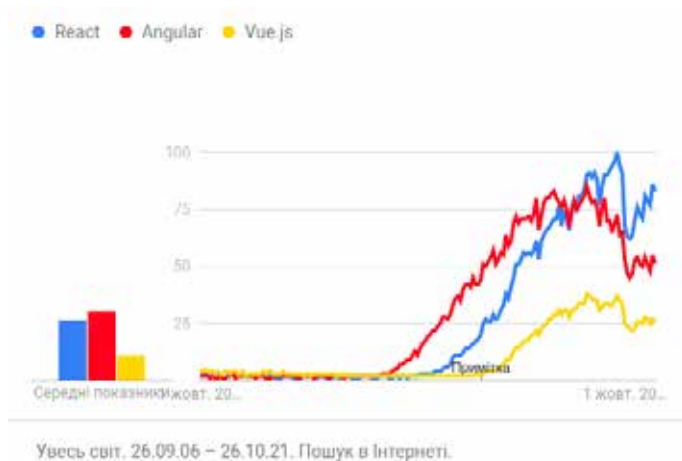


рис 1. Графік популярності веб-платформ

Становище арт-дизайну добре описано в статті журналу «The Art Newspaper Russia» №09 де сказано, що дизайн і мистецтво ідуть паралельно не дивлячись на критику художників які не хочуть щоб поняття твору мистецтва спрощувалось [3, с. 28]. Адже арт-дизайн який існував завжди, але виконував зазвичай факультативну функцію, зараз вийшов на передній план та вже сам набув форми мистецтва.

Сьогодні цей напрям дизайну став поширений у багатьох сферах і пов'язується із дизайном предметів і середовища: від об'єктів декору, інтер'єрів квартир та ресторанів до дизайну тіла людини, що став більш відомий як боді-арт. Саме через це, такі елементи арт-дизайну, як емоційна складова об'єкту переважатимуть над традиційними раціональністю та доцільністю в класичному дизайні.

Підводячи підсумок можна довести до кінця думку про те, що арт-дизайн у всіх своїх проявах не старається усунути поняття мистецтва та замінити його на щось більш сучасне, а асимілюється з ним та надає суспільству доступ до розмаїття проявів художнього самовираження. Разом з тим досвід який при цьому здобувається надає змісту у глибокому вивченні культурного значення інших видів дизайну.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бхаськаран Л. Дизайн і час. Арт-джерело, 2006. 218 с.
2. Вошук О. Постмодернистская интерпретация арт-дизайна. URL: <http://www.artmechanics.com/articles.php?lng=ru&pg=34&ecran=1>
3. Китаева Е. У дизайна есть артистическая функция. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=AskCDgAAQBAJ&pg=PA28&dq=арт+дизайн&hl=ru&sa=X&ved=2ahUKEwjFuoi eydvzAhWwlIsKHWEfA8kQuwV6BAgKEAY#v=onepage&q&f=false>

Парипа Ю.Д.

Жигалюк С.С.

Юзюк А.С.

студенти групи Ас-2021

Науковий керівник:

Гусар К. Д.

ст. викладач кафедри архітектури та будівництва

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

КОЛОНІЗАЦІЯ МАРСУ

Вихід людини в космос – важливий поворот в історії розвитку суспільства. Він розширює сферу взаємодії природи та соціуму. Безсумнівно, що у майбутньому людина ще більше освоїть космічний простір, включаючи всі небесні тіла Сонячної системи. Розвиток космонавтики вже сьогодні дозволяє нам відриватися не тільки думками, а й тілом від Землі та летіти до найближчих планет. На Місяці вже залишено сліди людиною, попереду – Марс!

Глобальна зміна клімату Землі, що проявляється в одному регіоні як потепління і означає посуху, то в іншому, навпаки, похолодання і збільшення кількості опадів. Також, наслідки потепління виражаються в зникненні льодового і снігового покриву та підвищенні рівня світового океану, що може стати згубним для людства. Тому, закономірно, виникає необхідність пошуку нової домівки для людства.

На сьогоднішній день Марс є найпривабливішим об'єктом для потенційної колонізації. Ряд умов на планеті дуже схожі на земні. Площа поверхні Марса практично дорівнює площі суші на землі, а марсіанська доба близька до земної і триває 24 години 39 хвилин та 35 секунд. Крім того, Марс та Земля мають майже однакові нахил осі до площини екліптики, внаслідок чого на Марсі теж відбувається зміна пір року, хоча сезони майже удвічі довші, оскільки марсіанський рік у 1,88 раза більше земного [1].

Головним фактором можливості потенційної колонізації планети є наявність на Марсі атмосфери, хоч і не дуже щільної, що гарантує певний захист від радіації, а також полегшує посадку космічного корабля. Також у результаті недавніх досліджень було підтверджено наявність води на планеті, що дає вченим привід стверджувати про ймовірність виникнення та підтримання життя. Плюс до цього, варто відзначити той факт, що марсіанський ґрунт за своїми властивостями дуже нагадує земний, тому вченими теоретично розглядається можливість вирощування на поверхні планети рослин.

Однак варто відзначити чинники, які здатні сильно ускладнити колонізацію червоної планети. По-перше, це сила тяжіння, яка більше ніж у два з половиною рази менше від земної. По-друге, це низька температура (максимально повітря прогрівається на екваторі до +30 градусів за Цельсієм, при цьому взимку на полюсах температура може опускатися до -123 градусів). Магнітне поле планети приблизно у 800 разів слабше, ніж Землі. Щодо атмосферного тиску, то на Марсі воно занадто мале, щоб колоністи змогли перебувати на поверхні без спеціального костюма. Атмосфера Марса на 95 відсотків складається з вуглекислого газу, тому на початкових етапах тераформування планети потрібна рослинність, з допомогою якої можна було б збільшити вміст кисню. Хоча тиск вуглекислого газу може виявитися достатнім для підтримки рослинності на планеті без додаткового тераформування [1].

Проте для успішної колонізації червоної планети слід створити умови для достатньо комфортного існування, тобто створити міста-колонії, в яких умови будуть наближені до земних.

Перш за все, необхідно вибрати найбільш сприятливі місця для створення колоній. Такі місцини розташовані біля екватора та у низовинах, а саме «Западина Еллада», яка має глибину 8 км, і на її дні тиск на планеті є найвищим, завдяки чому у цій місцевості найменший рівень фону від космічних променів на Марсі, а також «Долина Маринера» – на якій найбільші максимальні температури на планеті, що розширює вибір констру-



ційних матеріалів для будівництва Колонії.

Для створення сприятливих умов для життя колоністів, рослин, тварин пропонується створення куполу над поселенням. Вибір куполу є не випадковим. Сферичні будівлі в історії архітектури відомі давно. Такі побудови як вігвами, юрти, чуми, яранги відрізняються простотою зведення і високою стійкістю, тому заслужили популярність ще давніх мешканців Землі.

Сучасні купольні споруди, як сучасне спорудження, з'явилися наприкінці ХХ століття, завдяки американському архітектору, інженеру-винахіднику Річарду Бакмістеру Фуллеру. Розробка вченого, відома під назвою «Геокупол», завдяки поділу сфери на невеликі трикутники, є досить стійкою конструкцією, яка рівномірно розподіляє всю масу, може витримати великі навантаження. Унікальна сферична форма здатна протистояти потужним поривам вітру. В самому куполі круглі стіни сприяють якійсь циркуляції повітря, що створює комфортний клімат всередині спорудження.

Сферична конструкція забезпечує ефективну циркуляцію повітря всередині як в теплий період так і в холодний. Менша площа поверхні купольної будівлі в порівнянні з прямокутною формою, є менш сприйнятливою до зміни температури і, відповідно, менше потребує витрат для нагрівання чи охолодження простору. Аеродинамічна зовнішність означає, що холодне і тепле повітря обтікає купольну споруду, а не проникає всередину [2].

Поверхня купола відбиває сонячні промені, що максимізує сонячну вигоду не тільки протягом дня, а й весь рік. Також в таких спорудах відмінно розподіляються тепло і звуки. Є дві причини, по яких сферичні будівлі є енергоефективними: по-перше – навколишній повітряний потік всередині купола безперервний, без застійних кутів, і потребує менше енергії для циркуляції повітря та підтримки постійної рівномірної температури. Енергія, яка потрібна для опалення чи охолодження купольного будинку, приблизно на 30% менше, ніж в звичайних будівлях. По-друге – це високе відношення об'єму до площі поверхні, яке

потребує менше будівельних матеріалів для розміщення більшого простору. Чим нижче відношення зовнішнього периметру будівлі до закритої житлової площі, тим менше енергії потрібно для будівництва, опалення і охолодження [2]. Ці переваги купольних будівель на Землі слід використати при спорудженні захисного куполу на Марсі.

Серед купольних споруд створених на Землі виділяється проєкт «Едем», англійського архітектора Ніколаса Грімшоу, президента Королівської академії мистецтв. Це гігантський ботанічний сад площею 22 тисячі квадратних кілометрів покритий великими сферичними покрівлями. Даний об'єкт не має аналогів по масштабам і архітектурним особливостям.

Комплекс представлений двома оранжереями, кожна з яких схована за чотирма геодезичними куполами різного розміру. Геокупол є сферичною архітектурною спорудою, зібраною з трубчастого металевих каркаса і світлопрозорої плівкової мембрани. Поверхня куполів розділена на шестикутні сегменти, кожен із яких є частиною єдиної сфери. У місцях примикання куполів до землі сегменти мають п'яти- та трикутну форму. Шестикутник був обраний як оптимальна модель розбиття просторової поверхні. Три шари плівки герметично з'єднані між собою по периметру. Між шарами формується своєрідна повітряна подушка, яка виконує теплоізоляційну функцію. Загальна товщина мембрани складає 2 метри. Підкачування та ослаблення «подушок» виконується в автоматичному режимі в залежності від часу доби та сезону – таким способом здійснюється оптимізація кліматичних показників під куполом [3].

Візуально купола нагадують гігантські повітряні бульбашки. Легка конструкція має високу несучу здатність. Чим більше купол, тим він міцніший і надійніший, оскільки навантаження розподіляється рівномірно між великою кількістю металевих елементів. Важлива перевага купольної геодезичної системи – ідеальна аеродинамічна форма. Такі споруди витримують вплив найсильніших вітрів та ураганів.

Форма та розташування сферичних куполів обрані неви-



падково. За допомогою складної комп'ютерної програми було визначено схему, що враховує не тільки несучі навантаження та характеристики ґрунту, а й розподіл сонячних променів по поверхні куполів у різний час доби [3].

Каркас куполів виконаний із порожніх металевих труб діаметром 193 мм. Він обплітає купол подібно до павукової мережі. Покриття напівсфер – багатошарова прозора фольга з кополімеру етилену та тетрафторетилену (ETFE) – це екологічно чистий матеріал, який після закінчення терміну служби швидко розкладається та не забруднює ґрунт. Плівкове покриття ETFE пропускає корисний для рослин ультрафіолет, при цьому важить у 100 разів менше скла і вдвічі дешевше за нього. Застосування цього матеріалу дозволило полегшити каркас і знизити вагу всієї конструкції в десятки разів [4].

Враховуючи, значну відмінність гравітаційного поля Марсу від земного, різні погодні умови та рельєф, потрібно використовувати різні методики розрахунків конструкцій куполів, чи то на Землі, чи на Марсі. Але запропонована форма спорудження на Марсі підходить якнайкраще.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Колонізація Марса. - URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Колонізація_Марса#Можливі_місця_заснування_колоній
2. Геодезический купольный дом: технологии, достоинства, недостатки, проекты, цены, фото планировки внутри - URL: <https://infradom.ru/2020/12/09/geodezicheskij-kupolnyj-dom-technologiei-dostoinstva-nedostatki-proekty-ceny-foto-planirovki-vnutri/>
3. Оранжерейный комплекс «Эдем» - URL: <https://airroof.ru/design-and-ideas/teplitsy>
4. Проект «Едем» - URL: <https://teplica-exp.ru/proekt-yedem/>



Погребенник Ю.Г.

студент групи МПЗс-2020

Науковий керівник:

к.т.н. Мануляк І.З.

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РІЗНИХ ПЛАТФОРМ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ФОНД-ЕНД З ТИПОВИМИ ЕЛЕМЕНТАМИ ІНТЕРФЕЙСУ В РІЗНИХ БРАУЗЕРАХ

Дослідження показують що кожна друга, а то і більше людей в світі користується інтернетом [1]. Кожний користується інтернетом по своєму, хтось шукає інформацію потрібну для роботи чи навчання, хтось для соц. мереж, а хтось просто для того щоб переглядати смішні картинки чи відео, але щоб вони не робили в інтернеті - використовують для цього браузер та веб-сайти. Отже ця тема є дуже актуальною в даний час.

В ході дослідження буде вибрано три найпопулярніші браузери та три найпопулярніші веб – платформи (мови програмування). Для знаходження трьох найпопулярніших веб платформ було використано веб-сайт який показує кількість пошукових запитів в пошуковій системі google а саме: <https://trends.google.com.ua/trends>. І хоча цей метод не покаже ідеально точний показник популярності, але це найбільш точні дані які можливо знайти в публічному доступі. В ході дослідження [2] та порівняння багатьох веб-платформ було виявлено три (рис 1.) самі найпопулярніші, а саме: React, Angular, Vue.js. Цікавий факт: JQuery в свій пік популярності був найпопулярніший за всі ці платформи разом взяті.

Для знаходження трьох самих популярних браузерів було використано веб-сайт <https://gs.statcounter.com> тому, що будь-яка стаття в інтернеті з дослідженнями популярності браузерів посилається на інформацію з цього сайту. На вересень 2021 року [3] статистика є такою, що першим є Chrome, другим

Safari, третім Firefox (рис 2.).

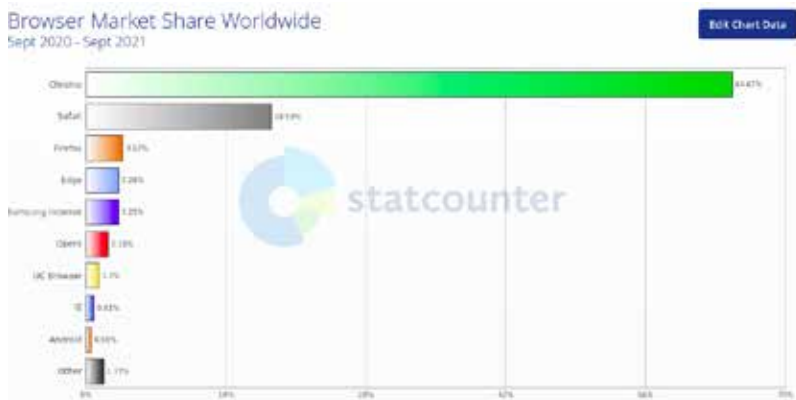


рис. 2. Статистика популярності браузерів на період вересень 2021р.

В ході дослідження буде створено веб-сайт на трьох різних платформах із однаковими типовими елементами інтерфейсу. Для порівняння буде використані дані з декількох джерел даних, а саме з таких:

1. Google Analytics для дослідження швидкості завантаження веб-платформи, та її швидкодії <https://analytics.google.com/analytics/web/#/provision>

2. Mixpanel для дослідження того, як поведуть себе користувачі на веб-сайті і показує можливі шляхи для покращення <https://mixpanel.com/behavioral-analytics/>

3. Adobe Analytics показує технічні розміри веб-сайту <https://business.adobe.com/in/products/analytics/adobe-analytics.html>

4. W3counter - показує пристрої якими користуються люди які відвідують веб-сайт <https://www.w3counter.com/>

В подальшому доцільно дослідити графіки та аналітичні дані, які вирішать питання того, яка із самих популярних веб-платформ є самою ефективною та найбільш зручною для використання користувачами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. <https://root-nation.com/ua/news-ua/it-news-ua/ua-new-internet-records/>
2. <https://trends.google.com.ua/trends/explore?date=2006-09-26%202021-10-26&q=%2Fm%2F01211vxv,%2Fg%2F11c6w0ddw9,%2Fg%2F11c0vmgx5d>
3. <https://gs.statcounter.com/browser-market-share#monthly-202009-202109-bar>

Поковба А.Ю.

фаховий бакалавр
Науковий керівник:

Ходак С.М.

к.ю.н., викладач кафедри права
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

ОБМЕЖЕННЯ ЦИВІЛЬНОЇ ДІЄЗАТНОСТІ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ, ПРАВОВИЙ СТАТУС ОСОБИ ОБМЕЖЕНОЇ В ДІЄЗАТНОСТІ ЯК СТОРОНИ ЦИВІЛЬНОГО ПРОВАДЖЕННЯ

Для того щоб детальніше розібратись з поставленим завданням потрібно визначити, що ж таке цивільна дієздатність, та хто і за якими підставами фізичну особу може обмежити в цивільній дієздатності.

Цивільна дієздатність фізичної особи є важливою складовою її правового статусу. Наявність дієздатності означає мати можливість особисто здійснювати різні юридичні дії: укладати договори, видавати довіреності тощо, а також відповідати за заподіяну майнову шкоду (пошкодження або знищення чужого майна, ушкодження здоров'я), за невиконання договірних та інших обов'язків. За Цивільним кодексом цивільну дієздатність має фізична особа, яка усвідомлює значення своїх дій та може керувати ними.



Вагому роль в окресленні певного виду цивільної дієздатності фізичної особи відіграє її вік. Виходячи з цього, визначено три види цивільної дієздатності фізичної особи: часткова, неповна, повна. Також, повну цивільну дієздатність неповнолітній особі може бути надано у випадках передбачених ст. 35 ЦКУ [9].

Цивільним кодексом в статтях 36 та 39 передбачено, коли особа визнається недієздатною та обмежено дієздатною. У ст. 37 та 41 ЦК перелічено наслідки обмеження цивільної дієздатності фізичної особи та визнання фізичної особи недієздатною. Відповідно до стаття 60 ЦК: суд встановлює опіку над фізичною особою у разі визнання її недієздатною і призначає опікуна за поданням органу опіки та піклування. Суд встановлює піклування над фізичною особою у разі обмеження її цивільної дієздатності і призначає піклувальника за поданням органу опіки та піклування [9].

Фізична особа визнається недієздатною та обмежено дієздатною з моменту набрання законної сили рішенням суду про це.

Ми погоджуємось із думкою С.Кравцова та А.Сокол, що було б доцільним доповнити коло осіб здатних ініціювати розгляд справи щодо обмеження у цивільній дієздатності, власне самою особою, за умови якщо нею усвідомлюються наслідки її дій у вигляді майнової шкоди та є потреба у встановленні над нею піклування [4, с 48].

В ст. 3 Конституції України передбачено, що людина, її життя і здоров'я, честь і гідність, недоторканність і безпека визнаються в Україні найвищою соціальною цінністю. Права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави. Держава відповідає перед людиною за свою діяльність. Утвердження і забезпечення прав і свобод людини є головним обов'язком держави. Це стосується в тому числі і осіб недієздатних та обмежено дієздатних [3].

Права, свободи та інтереси недієздатних фізичних осіб захищають у суді відповідно опікуни чи інші особи, визначені

законом.

Касаційний цивільний суд у складі Верховного Суду указав на особливості розгляду справ про визнання особи недієздатною та можливість її участі у процесі. Так, наприклад, у Постанові Верховного Суду від 7 жовтня 2020 року у справі № 195/1605/16-ц (провадження № 61-9500св20) йдеться, що згідно зі ст. 299 ЦПК України справи про обмеження цивільної дієздатності фізичної особи чи визнання фізичної особи недієздатною суд розглядає за участю заявника, особи, щодо якої розглядається справа про визнання її недієздатною, та представника органу опіки та піклування [5].

Європейський суд з прав людини в рішенні від 27 березня 2008 року у справі «Штукатуров проти Росії» (заява № 44009/05) зазначив, що, вирішуючи справу про визнання особи недієздатною виключно на підставі письмових доказів, не побачивши і не почувши особу, суд порушив її право на справедливий судовий розгляд, передбачене ч. 1 ст. 6 Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод [8].

Про необхідність надання доступу до суду навіть особам, які вже визнані недієздатними, відповідно до ч. 1 ст. 6 Конвенції наголошується у рішенні ЄСПЛ від 30 травня 2013 року у справі «Наталія Михайленко проти України» (заява № 49069/11) [7].

Конституційний Суд України у Рішенні від 1 червня 2016 року у справі № 2-рп/2016 зазначив, що недієздатним особам мають надаватися правові можливості для задоволення індивідуальних потреб, реалізації та захисту їх прав і свобод; хоча за станом здоров'я недієздатні особи не спроможні особисто реалізовувати окремі конституційні права і свободи, у тому числі право на свободу та особисту недоторканність, вони не можуть бути повністю позбавлені цих прав і свобод, тому держава зобов'язана створити ефективні законодавчі механізми та гарантії для їх максимальної реалізації [6].

Відповідно до ч. 3 ст. 25 Закону України «Про психіатричну допомогу» особи, яким надається психіатрична допомога, мають право на особисту участь у судових засіданнях, вислов-

лення своєї думки щодо висновків лікарів-психіатрів у судовому засіданні при вирішенні питань, пов'язаних із наданням їм психіатричної допомоги та обмеженням у зв'язку з цим їх прав [1]. Таким чином, особа, щодо якої розглядається справа окремого провадження про визнання її недієздатною, має право на участь у слуханні справи та на справедливий розгляд своєї справи. Суд може залучити до участі в таких справах особу, цивільна дієздатність якої обмежена. Представники також можуть доручати ведення справи в суді іншим особам [5].

Отже, беручи до уваги вищенаведене, можна дійти висновку, що вирішення питання про визнання громадянина обмежено дієздатним чи недієздатним, поновлення цивільної дієздатності фізичної особи у судовому порядку є важливою гарантією захисту прав і законних інтересів громадян необхідних для забезпечення принципу рівноправності та справедливості судового розгляду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Закон України «Про психіатричну допомогу». URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1489-14#Text>
2. Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод. Конвенцію ратифіковано Законом № 475/97-ВР від 17.07.97. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_004#Text
3. Конституція України Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141.
4. Кравцов С., Сокол А. Обмеження у дієздатності, визнання особи дієздатною та поновлення у дієздатності: цивільно-процесуальний аспект / 5. Кравцов С., Сокол А. // Підприємництво, господарство і право, №5, 2018. С.47-51. URL:<http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2018/5/10.pdf>
5. КЦС ВС: особливості розгляду справ про визнання особи недієздатною та можливість її участі у процесі. URL: <https://supreme.court.gov.ua/supreme/pres-centr/news/1008141/>
6. Справа № 2-пп/2016 . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v002p710-16#Text>

7. Справа «Наталія Михайленко проти України». URL: https://ips.ligazakon.net/document/soo00547?ed=2013_05_30
8. Справа «Штукатуров проти Росії» URL: <https://docs.cntd.ru/document/902140946>
9. Цивільний Кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, №№ 40-44, ст. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

Радзіх Т.І.

студент групи Дс-2019-2

Науковий керівник:

к. мист-ва, доц. **Гілязова Н.М.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ, Україна

ВСТАНОВЛЕННЯ БІОНІКИ ЯК НАУКИ

Біоніка – наука про використання в техніці, архітектурі та дизайні знань про конструкцію та форму, принципи та технологічні процеси живої природи. Основу біоніки становлять дослідження по моделюванню живих систем [2]. Суть вивчення біоніки полягає в тому, що завдяки природі люди можуть запозичити цінні ідеї і реалізовувати їх у вигляді уже інноваційних технологій для покращення подальшого життя.

Розрізняють такі види біоніки:

Біологічна біоніка – вивчає процеси, що відбуваються в біологічних системах;

Теоретична біоніка – будує математичні моделі цих процесів;

Технічна біоніка – застосовує моделі теоретичної біоніки для вирішення інженерних завдань [3].

Зародилася біоніка, як наука, в епоху розквіту Відродження. Великий митець Леонардо да Вінчі перший виявив схожість між створеним людиною і природою. І власне, спостереження за польотом птахів або плаванням риб наштовхнули його на



думку створення першого апарату з крилами, що зміг би літати. Свій витвір автор назвав орнітоптер (Іл.1) [4].

Ще одним з основоположників цієї науки був зодчий Філіппо Брунелескі, який також працював в епоху Відродження. Він для створення купола Флорентійського собору використав шкаралупу пташиного яйця.

Міжнародний симпозіум в Детройті 1960 року прийнято вважати часом повного встановлення біоніки, як науки. А з 1970-х років на теренах США і СРСР вже на повну силу створювалися біонічні об'єкти.

Широко застосовують біоніку в архітектурі. Виправданість архітектурної біоніки визначено синтезом біологічного та технічного з навколишнім середовищем. Загалом людина формується під впливом процесів, які відбуваються в природі [2].

Наприклад, у 1979 році іспанські архітектори Піоз Г., Сервер Р, Селайя Е. розробили проєкт «*Bionic Tower*» – вертикальне місто-вежу, висотою 1228 метрів з використанням біотехнологій, які мають вирішити проблему зростання населення світу, екологічним способом [1].

Біоніку використовують також в промисловому дизайні, моделюванні одягу, технічному, промисловому та дизайні інтер'єру.

У всіх видах проектування застосовують метод функціональної аналогії, який передбачає перенесення моделей з природного середовища у сферу неживих предметів (галузь техніки) на основі аналогій.

Наприклад, технічна біоніка досліджує будову і характеристики об'єктів живої природи, щоб втілити під час будови інженерних конструкцій. Для промислового дизайну – це вивчення та виявлення навігації, структури мозку, функціональних характеристик тварини і людини.

Отже, біоніка в нас час відіграє важливу роль, адже завдяки неймовірному прогресу технологій людство здатне набагато більше вивчити сутність природи, яка надає безцінні знання для покращення умов життя. І його вивчення є ще далеко не

закінченим. Біотехнології, біонічні форми ввійшли в наше повсякденне життя і з роками будуть тільки більше і більше набирати обертів.



Іл. 1. Орнітоптер.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%96%D0%BE%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0>
2. Біоніка. Біоформи в художньому конструюванні. URL: <http://studentam.net.ua/content/view/4220/83/>
3. Біоніка – наука майбутнього. URL: <https://naurok.com.ua/bionika-nauka-maybutnogo-160879.html>
4. Біоніка. URL: <https://sites.google.com/site/dorosenkotetana/anatoliievna/storinka-dla-ucniv/sotakebionika>



Решивська Я.В.

студентка

Державного університету
«Житомирська політехніка»

Науковий керівник:

Павліченко І.М

старший викладач кафедри права
та правоохоронної діяльності

м. Житомир

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ ПРИНЦИПІВ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАЦІ

Визнання рівності людей незалежно від будь-яких особливостей – це важливий принцип, що закріплений в законодавстві України та свідчить про демократичне, соціальне та правове спрямування діяльності нашої держави. Однією з особливостей людини є її стать, однак існує думка, що часто саме стать стає руйнівною у процесі реалізації особою своїх прав [17, с. 464].

Щоб підтвердити чи спростувати цю точку зору, я використала своєрідний «лакмусовий папірець», а саме – дотримання принципу рівності прав жінок та чоловіків у трудових відносинах.

Конституцією України (ст.ст. 2, 21, 24, 43) [16], Кодексом законів про працю України (ст.ст. 2-1, 22), Законами України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» [10], «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» [9] закріплено рівність усіх перед законом, заборону привілеї чи обмеження за ознаками статі, зокрема у сфері праці. Забезпечення гендерної рівності у трудових правовідносинах також знайшли відображення в багатьох міжнародних актах, зокрема в Загальній Декларації прав людини [8], в якій зазначено, що кожна працююча людина має правона справедливі та сприятливі умови праці, рівну оплату зарівну працю, Конвенції ООН 1979 р. [15], стаття 11 якої акцентує на ліквідації дискримінації щодо жінок у галузі зайнятості. Україною також ратифіковані важливі Конвенції Міжнародної організації праці

(МОП) [12, 13, 14]: № 100 – про рівну винагороду для чоловіків і жінок за працю рівної цінності, № 111 – про дискримінацію в галузі праці та занять, № 156 – про працівників із сімейними обов'язками та ін. [3, с. 155].

В Законі України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» існує поняття «позитивні дії», під якими розуміються спеціальні тимчасові заходи, що мають правомірну об'єктивно обґрунтовану мету, спрямовану на усунення юридичної чи фактичної нерівності у можливостях жінок і чоловіків щодо реалізації прав і свобод, встановлених Конституцією і законами України [9].

Так, «позитивними діями» можна назвати певні обмеження, встановлені КЗпП України, при застосуванні праці жінок, наприклад, заборону направлення у відрядження, заборону нічної роботи, заборона залучати до роботи у вихідні дні жінок, що мають дітей віком до 3-х років тощо. Обумовлені такі обмеження важливістю берегти жінок як матерів, а також їх репродуктивне здоров'я. Однак, по-перше, такі обмеження знецінюють важливість чоловіків, по-друге, такі приписи не враховують інтересів жінки, адже вона може бути зацікавлена в такій роботі, оскільки вона для неї бажана і перспективна у кар'єрному зростанні. Крім того, законодавчі обмеження поширюються на всіх жінок, включаючи і таких, що не мають дітей, і на жінок із дорослими дітьми [3, с. 156].

Серед науковців питання доцільності впровадження норм позитивної дії є досить дискусійним. Одні вважають це позитивним для забезпечення жінкам рівних можливостей у доступі до універсальних прав [1, с.80], а інші стверджують, що виокремлення жінок за такими додатковими правами ще більше зменшує їх конкурентоспроможність на ринку праці, порушує права чоловіків, які знаходяться в однакових із жінками умовах [18, с. 30].

Важливо зазначити, що останнім часом у багатьох європейських країнах відбувається поступове скасування або послаблення винятками і застереженнями тих юридичних норм, які встановлюють спеціальну охорону праці жінок. Деякі акти



по спеціальній охороні жіночої праці оголошуються судами такими, що суперечать законам про заборону дискримінації за ознаками статі і оголошуються позбавленими юридичної сили [7, с. 192]. Так, суд Європейського Союзу на основі Директиви Ради 76/207/ЄЕС про імплементацію принципу рівності чоловіків і жінок у питаннях працевлаштування, професійного навчання, просування по службі та умов праці (зміненої Директивою Європейського Парламенту та Ради Європейського Союзу 2002/73/ЄС від 23.09.2002) [6] у своїх рішеннях підкреслює, що позитивна дискримінація загалом є незаконною. Надання переваг одній із груп за формальними ознаками, не беручи до уваги кваліфікацію і досвід, є нечесним і призводить до негативних наслідків для бізнесу, який через це наймає не досить кваліфіковані кадри [20, с. 61].

М. Лушнікова та Н. Тарусина зазначають, що сучасне українське законодавство, яке регулює працю жінок і осіб з сімейними обов'язками, за сутністю є захисним законодавством. Передбачені ним гарантії нині сприймаються роботодавцями як тягар, якого краще уникати [4, с. 204].

В патріархальному суспільстві жінкам відведена роль матері та домогосподарки, а молоді жінки завжди є «потенційними матерями», тими, які в будь-який момент можуть завагітніти. Згідно з таким стереотипом, жінки є «ненадійними» працівницями, яких не слід призначати на відповідальні посади, давати серйозні доручення. Тому роботодавці схильні призначати жінок на радше допоміжні, менш важливі посади, які, відповідно, менш престижні та менше оплачуються [2].

До того ж в Україні наявна гендерна сегрегація праці, що є основною причиною гендерної нерівності оплати праці. Так, існує умовний поділ галузей зайнятості на «чоловічі» та «жіночі», де найбільш високооплачувані галузі зайняті чоловічою робочою силою, отже, рівень доходів чоловіків вище за рівень доходів жінок [3, с. 157].

Для того, щоб переконатися у правдивості вищезазначених

тез звернемося до статистики, яка є у відкритому доступі на сайті Програми розвитку ООН в Україні[5]. За статистикою, індекс гендерної рівності в Україні становить 0,234, що дозволяє їй посісти 74 місце серед 189 країн. За статистикою 2019 року в Україні розмір середньомісячної оплати праці жінок у 2019 році був на 23% нижчий, ніж у чоловіків; жінки займають лише 23% керівних посад; 21% жінок займають місце в парламенті; серед найбільших гендерних розривів в окремих видах економічної діяльності можна спостерігати у сферах діяльності, не пов'язаних зі шкідливими умовами праці: 31,5% - поштова та кур'єрська доставка; 33,3% - фінансова та страхова діяльність; 29,9% - мистецтво, спорт, розваги та відпочинок. Валовий національний дохід на душу населення (паритет купівельної спроможності): жінки - \$10 088; чоловіки - \$16 840.

Не безслідно для трудових відносин минає пандемія Covid-19. Аналітичне дослідження «Вплив COVID-19 на права жінок в Україні» зробило висновок, що жінки відчували більше навантаження через необхідність поєднувати хатню роботу та піклування про інших членів родини з професійними обов'язками – понад 56% опитаних жінок вказали, що такі умови негативно впливали на їхню професійну діяльність під час карантину. Дослідження також показало, що дохід майже 40% опитаних жінок зменшився. Хоча рівень доходів знизився як у жінок, так і чоловіків, жінки під час карантину і надалі продовжували отримувати на 20% менше ніж чоловіки [5].

Однак, Україна робить поступові кроки до утвердження принципу гендерної рівності, свідченнями цього є: скасування Кабінетом Міністрів 21 грудня 2017 року наказу Міністерства охорони здоров'я №256 [19], яким визначено перелік із 450 заборонених для жінок професій; прийняття Кабінетом Міністрів України Постанови «Про затвердження Порядку надання відпустки при народженні дитини» від 7 липня 2021 р., яка передбачає надання одноразової оплачуваної відпустки чоловікам тривалістю до 14 календарних днів [19]. Це важливе нововведення, яке забезпечує рівні можливості матері та батька у догляді за дитиною та запроваджує новий вид



відпустки при народженні дитини.

Отже, гендерна рівність є фундаментальною цінністю третього тисячоліття на рівні зі свободою, справедливістю, толерантністю [17, с. 470]. На жаль, стійкі стереотипи, щодо жінок та їх призначення, надання надто широкого обсягу пільг, навпаки, призводить до зворотної дії стосовно них, поділ на «жіночі» та «чоловічі» сфери зайнятості заважають усуненню дискримінації і забезпеченню гендерної рівності у сфері праці. Вирішальну роль у досягненні гендерної рівності належить державі, яка на основі соціальної стратегії гендерної рівності та відповідного гендерно-спрямованого законодавства щодо вирівнювання можливостей чоловіків і жінок у сфері праці може сприяти досягненню цієї мети [7, с. 193].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Буроменский М. Международно-правовые предпосылки гендерного реформирования украинского законодательства. Рівність жінок і чоловіків в Україні: правові аспекти : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., Україна, Київ, 20-21 листопада 2000. Київ, 2000. С. 80–88.
2. Буткалюк В. А. Влияние неолиберализма на положение трудящихся женщин в Украине. Соціальні виміри суспільства. Збірник наукових праць. 2015. С. 149-164.
3. Войтенко А. В. Гендерна нерівність на українському ринку праці: перевага чи недолік? / А. В. Войтенко. // Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого. – 2019. – С. 153–159.
4. Гендер в законе : монографія / М.В. Лушникова, Н.Н. Тарусина, А.М. Лушников. М. : Проспект, 2015. С. 204
5. Гендерний профіль України Основні факти [Електронний ресурс] // ПРООН. – 2020. – URL: <https://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/gender-equality/comparative-gender-profile-of-ukraine-.html>.
6. Директива Европейского Парламента и Совета Европейского Союза 2002/73/ЕС от 23.09.2002, изменяющая Ди-

рективу Совета 76/207/ЕЭС об имплементации принципа равенства мужчин и женщин в вопросах трудоустройства, профессионального обучения, продвижения по службе и условиях труда. URL: <https://base.garant.ru/2564496/> (дата звернення: 19.10.2020).

7. Добош З. А. Гендерна рівність і гендерна дискримінація у сфері трудових відносин / З. А. Добош. // Юридичний науковий електронний журнал. – 2020. – №7. – С. 190–193.
8. Загальна декларація прав людини від 10.12.1948, 995_015. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text
9. Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» від 08.09.2005, № 2866-IV. Редакція від 07.01.2018, підстава - 2229-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2866-15#Text>.
10. Закон України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні» від 06.09.2012, № 5207-VI. Редакція від 30.05.2014, підстава - 1263-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text>.
11. Кодекс законів про працю України від 10.12.1971, № 322-VIII, 322-08. Редакція від 14.08.2021, підстава - 1667-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#Text>
12. Конвенції Міжнародної організації праці про рівне винагородження чоловіків і жінок за працю рівної цінності N 100 від 29.06.1951, 993_002. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_002#Text.
13. Конвенції Міжнародної організації праці про дискримінацію в галузі праці та занять N 111 від 25.06.1958, 993_161. Редакція від 24.06.1975, підстава - 993_163 URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_161#Text.
14. Конвенції Міжнародної організації праці про рівне ставлення й рівні можливості для трудящих чоловіків і жінок: трудящі із сімейними обов'язками N 156, від 23.06.1981, 993_010. Ратифікація від 22.10.1999, підстава - 1196-XIV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_010#Text.
15. Конвенція Організації Об'єднаних Націй про ліквідацію



- всіх форм дискримінації щодо жінок, 995_207. Редакція від 06.10.1999, підстава - 995_794. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_207#Text
16. Конституція України від 28.06.1996, №254, к/96-ВР. Редакція від 01.01.2020, підстава - 27-ІХ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
 17. Крочук М. І. Гендерна рівність як складова загального принципу рівності / М. І. Крочук // НАУКОВИЙ ВІСНИК / М. І. Крочук. – Львів: Львівського державного університету внутрішніх справ, 2011. – (Юридична; вип. 4). – С. 464–470.
 18. Лаврінчук І.П. Трудове законодавство України. Гендерна експертиза / відп. ред. Т.М. Мельник. Київ : Логос. 2001. 70 с.
 19. Наказ Міністерство охорони здоров'я України «Про визнання таким, що втратив чинність, наказу Міністерства охорони здоров'я України» від 29 грудня 1993 року, № 256 від 13.10.2017. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1508-17#Text>
 20. Невежина М.В. Проблемы гендерного равенства в трудовых отношениях : дис. канд. юрид. наук. 12.00.05. Институт законод-ва и сравнительного правоведения при Правительстве РФ. Москва, 2019. 187 с.
 21. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Порядку надання відпустки при народженні дитини» від 7 липня 2021 р. № 693. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/693-2021-%D0%BF#Text>

Риптик Н.І.

студентка групи Дс 2020-2

Науковий керівник:

Золотарчук Н. І.

канд. мист-ва, доцент кафедри дизайну

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

БРЕНД І БРЕНДИНГ: СТВОРЕННЯ І ПРОСУВАННЯ

Дизайн бренду займає одне з найважливіших місць у розвитку компанії. Однією з ключових умов для успішного її функціонування є якісно розроблений дизайн, який дає значні конкурентні переваги. При розробці бренд-дизайну враховується цілий комплекс знань – потреби споживача (адже професійно розроблений бренд-дизайн мотивує), вплив колірною сприйняття на його вибір, сприйняття візуальних рядів, щоб згодом реалізувати всі ці знання в дизайні бренду, шрифти, символіка та кольорова гама, які стануть фірмовими для компанії [3].

В час підвищеної конкуренції товарів і послуг бренд став необхідною умовою підтримки стабільної позиції компанії та одним із головних чинників підвищення конкурентоспроможності. Актуальність тема є актуальною з огляду на те, що формування сильного бренду є стратегічно важливим та потребує посиленої уваги.

Мета даної статті: розкрити суть особливості бренду і бендингу у сфері мистецтва. **Завдання:** висвітлити зародження бренду в царині мистецтва (графічному дизайні); розглянути процеси створення та просування.

Графічний дизайн – це скелет. Говорячи про бренд і бендинг ми часто маємо на увазі вузьке розуміння термінів, які зводяться тільки до розробки візуальної комунікації: логотипу, фірмового стилю, типографіки, палітри кольорів фірми, графічних і композиційних констант. В даному випадку розуміння бендингу, коли розробляється візуальна ідентифікація майбутнього бренду. Тут логотип, колір, шрифт – це зберігачі (храни-



телі) візуальної ідентичності, які мають забезпечити єдиний образ бренду у всіх сферах і на всіх носіях.

Коли ми говоримо про брендинг, ми завжди очікуємо чогось надзвичайного: ми бажаємо, щоб у бренду появилось щось, що буде виразно відрізнити його від конкурентів і формувати особливий зв'язок зі споживачем [1].

Бренд або марка – це комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про даний товар, послугу чи компанію. Широко використовується в маркетингу та рекламі, проте є фінансовим поняттям.

Бренд це не просто назва чи логотип, це певна емоція яку повинна викликати компанія або продукт. У процесі брендингу формується правильний образ та комунікації через, які люди сприймають компанію.

Бренд це певна концентрація ідей і цінностей продукту. Серед великого вибору продукції через бренд людина отримує певну інформацію.

Бренд складається з двох важливих частин:

Інформація про продукт

Закладенні цінності (для чого цей продукт) [4, с. 317-343].

В кожен бренд вкладено певні цінності, якими були наділені люди які його створювали. Ми купуємо не лише продукцію, а й принципи, що за нею закріплюється. Інколи сам бренд символізує собою цінність – таке доволі часто буває в індустрії моди. Абсолютно вся одяг має одну і ту ж функцію – саме престижність бренду грає важливу роль для клієнта.

У таких випадках бренд виконує демонстративну функцію, так би мовити розповідає щось про нас. При роботі з брендом, найважливіше завдання – зрозуміти ідею і принципи продукції та з допомогою певних інструментів винести її в маси.

Створення дизайну бренду є одним з важливих етапів розробки бренду, до якого можна приступати одразу, як тільки визначено стратегію, ключові аспекти позиціонування бренду, а також його назвою.

Існує ряд базових елементів, які визначають створення ди-

зайн бренду, без яких він не може повноцінно існувати:

Розробка **логотипу** – перший і самий важливий етап створення дизайну бренду. Саме дизайн логотипу зумовлює характер бренду і весь майбутній фірмовий стиль.

Створення **фірмового стилю** (де розробка логотипу і корпоративного стилю проходить паралельно) представляє собою ряд графічних, композиційних, кольорових і шрифтових констант. Тут комплексне сприйняття дозволяє сформуванню сприйняття бренду та його впізнаваний стиль

Дизайн упаковки бренду – завершальний етап для кожного товарного бренду. Приступаючи до дизайну упаковки, необхідно мати логотип, фірмовий стиль і чітко розуміти суть комунікації бренду (наприклад, створення дизайну бренду, айдентики і дизайну упаковки бренду вишуканого шоколаду ручної роботи)

Підготовка брендбуку – це керування як управляти брендом, може утримувати детальний виклад стратегії позиціонування бренду

Дизайн реклами. Створення дизайну бренду також включає створення рекламних носіїв для просування бренду (рекламні щити 3х6, сітілайти, рекламні макети різних форматів для друкарських видань, стенди, панно, банери зовнішньої і онлайн реклами, дизайн продаючих сайтів) [2].

Брендинг – процес створення та керування брендом. Кожна компанія хоче, щоб люди сприймали її саме так, як вона задумана. Навіть якщо не приділяти увагу брендингу своєї продукції, клієнт вже має певне враження про неї. **Брендинг** – це створення комунікації про те, якою є ваша компанія, продукція і бренд в цілому, її підтримка.

З часом ті ж зовнішні інструменти, графіка, слова починають сприйматися по-різному, адже важливий посил. Якщо компанія представляє свою продукцію як передову, то вона повинна підтримувати це діями, тобто певною комунікацією. Наприклад, те що було інноваційним декілька років тому, сьогодні вже зовсім не новинка.



Основні цілі брендингу є покращення впізнаваності компанії та бренду, підвищення продажів і прибутку.

Брендинг утворений з таких частин:

Стратегічний етап. Він включає в себе працю над розумінням сенсу бренду та самого бренду в цілому. Вельми важливо розібратися, що ми хочемо донести споживачу та які принципи підкреслити.

Візуальна складова. В цю частину входить уся оригінальність бренду, логотип, а також комунікації без слів (невербальні). Зовнішні інструменти – це головні основи бренду.

Регулярна комунікація. Це отримання нової клієнтської бази з допомогою рекламних кампаній, SMM та інших комунікацій, що доносять до мас єдину інформацію. Тактичні щоденні дії відображають у собі ідею бренду. Робота бренд-менеджера у компанії – стеження за її образом та керувати ним [5, с.57-60].

Отже, розкрито суть особливостей бренду і бендингу у сфері дизайну, висвітлено зародження бренду в мистецтві (графічному дизайні); розглянуто процеси створення та просування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Графический дизайн или брендинг. URL: <https://www.os-design.ru/blog/graficheskij-dizajn-ili-brending-> (дата звернення: 18.10.2021).
2. Дизайн. URL: <https://megamarketing.com.ua/dyzajn/> (дата звернення: 20.10.2021).
3. Шишкін М. Бренд і брендинг: що це та із чого складається. URL: <https://bazilik.media/brend-i-brendynh-shcho-tse-ta-iz-choho-skladaietsia/> (дата звернення: 21.10.2021).
4. Студінський О. М., Тімонін О. М., Тімонін Г. О. Бренди промислових підприємств: формування. Харків, 2013 р. 244 с.
5. Сороківська О. А., Гуцул І. С., Бренд-Менеджмент: теорія і практика. Тернопіль, 2015 р. 200 с.



Рогужинська Н.І.

студентка групи Дс-2018 -1

Науковий керівник:

ст. викладач **Кухар Г.М.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

МУРАЛИ, ЯК ВИД МИСТЕЦТВА

Сьогодні мурали (так ми називаємо арт-декор на архітектурних спорудах) – це невід’ємна частина окраси великих міст.

Фасади будинків постають перед мешканцями не як похмурі бетонні плити, які уособлюють глухе мовчання та закривають собою горизонти, а гігантські полотна із зображеннями, що вдихнули життя у сучасні мегаполіси, розфарбували яскравими відтінками сіру повсякденність, відобразили дух сучасної епохи [2].

Важливими позитивними функціями муралів є підвищення привабливості, естетизація міського простору: кольорові малюнки оживлюють одноманітні простори типової забудови у житлових масивах та індустріальних промзонах. Такі зображення на великих будинках роблять їх більш комфортними, дружніми для візуального сприйняття, ближчими до людського масштабу [3].

Зараз зразки кращого вуличного мистецтва прикрашають будинки, вулиці і міста. Мурали зачаровують своєю технікою, тонкою майстерністю, натуральністю, красою передачі ідей та глибоким соціальним змістом, закладеним у полотна. Прикладів вдалих муралів в світі є багато, Україна не є виключенням. Розглянемо деякі з них.

Стів Джобс в Житомирі (Іл. 1.1). Ця картина – дуже жива і природна. Той випадок, коли чорно-біле зображення передає втілення життя та емоцій краще за будь-які кольори. Намалював портер легендарного винахідника та бізнесмена український художник вуличного мистецтва Віталій Талько [2].

Дівчина у вишиванці в Києві (Іл. 1.2). Один з найромантичні-



ших муралів столиці. Полотно унікальне тим, що зображене на плитковій поверхні, тому образ дівчини у вишиванці виглядає максимально природно. Картина вийшла повітряною, свіжою, уособленням жіночої краси і ніжності [2].

Пам'яті Кузьми Скрябіна у Харкові. Ще одній знаменитості присвячений мурал у Харкові. Біля місцевої філармонії на стіні житлового будинку з'явився портрет відомого українського музиканта Кузьми Скрябіна. Цю картину відтворили з унікального фото, зробленого знайомими музиканта, коли він був у Харкові. На цьому полотні Кузьма такий, яким він був за життя – веселий, щирий і творчо закоханий у свою справу [2].

Мурали для Франківська – зовсім не новинка. У місті живуть і творять талановиті стріт-арт художники. На стінах будинків виникали зображення різного характеру, від вуличного графіті до патріотичних картин [4]. Одним з вдалих прикладів Франківських муралів є зображення Квітки Цісіик на стіні житлового будинку по вулиці Матейки (Іл.1.3).

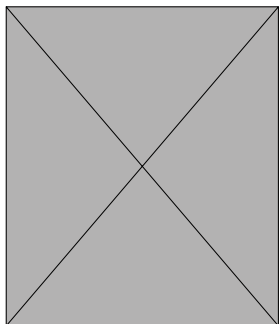
Настінний малюнок присвячений американській співачці українського походження Квітці Цісік. Вночі мурал підсвічується, що надає йому особливої привабливості. На відкритті муралу було влаштувано невеликий концерт пісень Квітки Цісік [1].

Також у Франківську з'явилися чотири арт-об'єкти, їх створили в рамках мультикультурного фестивалю PortoFranko Gogolfest. І після шквалу несприйняття абстракцій міська влада навіть скликала комісію, щоби вирішити, що робити з муралами. Наразі перемалювати їх так і не наважилися [4].

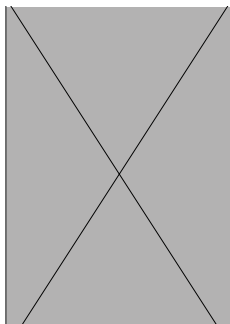
Такі протиріччя виникають тому, що міська громада позбавлена права вирішувати зміни мистецького простору міста. Люди, які живуть і працюють у місті постійно взаємодіють з його простором, повинні теж брати участь і висловлювати свою думку у створенні нових арт-об'єктів.

Прикладів надзвичайно вдалих і не зовсім зрозумілих муралів можна привести у кожному місті України, що свідчить про активну фазу їх розвитку, пошук авторами чогось нового,

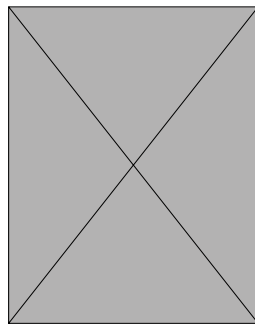
їх творчу реалізацію. Реакції жителів на сучасний монументальний розпис можна пояснити процесом прийняття сучасної естетики настінного розпису, формуванням смаків, віковою різницею сприйняття, а, отже, мурали є еволюційною складовою формування середовища сучасних міст.



Іл.1.1



Іл.1.2



Іл.1.3

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. В Івано-Франківську з'явився ще один мурал. *Побудовано в Франківську*: веб-сайт. URL:<https://pobudovano.com.ua/news/v-ivano-frankivsku-zyavivsyia-mural-z-kvitkoju-tsisik> (дата звернення 14.10.2021р.)
2. Гелюх. М. Українські мурали: топ найкращих архітектурних полотен наших днів. *Ua.news*: веб-сайт. URL: <https://ua.news/ua/ukrayinski-muraly-top-krashhyh-arhitekturnyh-poloten-nashyh-dniv/> (дата звернення 12.10.2021р.)
3. Мурали – втілення символічної влади для зміни образу міста. *Mistosite*: веб-сайт. URL: <https://mistosite.org.ua/ru/articles/muraly-vt%D1%96lennya-symvol%D1%96chnoyi-vlady-dlya-zm%D1%96ny-obrazu-m%D1%96sta> (дата звернення 05.10.2021р.)
4. Мурали: мистецтво чи декор? *Korydor*: веб-сайт. URL: <http://www.korydor.in.ua/ua/opinions/muraly-mystetstvo-chy-dekor.html> (дата звернення 18.10.2021р.)

Семенюк П. М.

студент групи ПЗс-2021-2

Науковий керівник:

асистент Федик В. В.

Університет Короля Данила

м. Івано-Франківськ

СЛОВНИКОВЕ ЗБАГАЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ПІД ВПЛИВОМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Англійська мова є однією з найпоширеніших мов сучасності. Хоч вона і виникла більше 1000 років тому, дійшла до нас у дуже видозміненому вигляді. Кожне нове покоління поповнювало свої словники та переписували уже наявні слова на більш прості та зрозумілі. Кожна епоха приносила свої винаходи та оновлювала культуру, тому у будь-якому випадку рано чи пізно наставав такий момент, коли люди не могли донести до інших якусь ідею чи пояснити механізми, в такому випадку на допомогу приходять неологізми.

Неологізми – це слова, які виникають у людей у повсякденному житті для спрощення і пояснення явищ та найменування нових явищ та предметів. Для прикладу слово *Googling*, що означає пошук нової інформації (тобто “гуглити”) – виникло після створення та популяризації пошукового сервісу Google.

Наприкінці ХХ століття стрімко почали розвиватися інформаційні технології, найменування нових термінів створювалося за допомогою різних способів словоскладання: конверсія (*garage - to garage*), афіксація (*google - googling*), телескопія (*want to - wanna*), аббревіація (*Light amplification by stimulated emission of radiation - Laser*), дезафіксація (*a burglar - to burgle*) [1, с. 1].

Найпоширенішим та найлегшим є спосіб телескопії – просте об’єднання двох слів. Саме так було створено більшість нових слів: *chilax (chill and relax)*, *chairdrobe (chair and garderober)*, *brunch (breakfast and lunch)*.

Також варто окремо назвати аббревіацію - вона як і в укра-

їнській мові слугує для скорочення довгих речень та назв речей усього лиш до декілька літер. До таких слів, які ми чуємо дуже часто, належать: *PC (personal computer)*, *ASAP (as soon as possible)*. Однак це не всі можливості цього способу. *Mr (Mister)*, *St (Street)*, *p.2 (page 2)*, *exam (examination)* також належать до абрєвіацій [4].

Конверсію і афіксацію можна об'єднати в один спосіб. В обох випадках ми переносимо одну частину мови в іншу (дієслово, іменник, прикметник, прислівник). Афіксація - це додавання афіксів до слова («un-», «self-», «re-», «-hood», «-ing», «-ed»). Найменш вживаним способом словотвору є дезафіксація, тобто віднімання суфіксів: *to diplome - a diplomat* [2, с. 18].

У кінці 20-го століття стрімко почали розвиватися інформаційні технології, що призвело до різкої нестачі слів для пояснення нових речей. Протягом 90-х років минулого століття на світову арену виходить інтернет, який стрімко захоплює всі сфери життя і діяльності людей. Для позначення нових слів використовують слова *electronic* (скорочують до букви *e*), *virtual* та *cyber*: проста пошта (*mail*) перетворюється на електронну (*e-mail* або *cybermail*), гроші (*cash*) на електронні гроші (*e-cash* або *cybercash*), банкінг (*banking*) тепер називають (*virtual banking*). Не оминула дана участь і сферу навчання – у наш час стрімко набирає обертів дистанційне навчання (*e-learning, distance education*).

Найбільший вплив на творення нових слів мають соціальні мережі. Саме там у наш час відбуваються всі найважливіші події, що є основним рушієм виникнення неологізмів. Кожна мережа впливає на створення нових слів, наприклад: Instagram – *gloatgram* (фотографії в мережі Instagram, які відображають гарне життя їх автора, мандрівки або їжу) [3, с. 159], *instafamous* (популярний у Instagram) [4, с. 159]; Twitter - *twittless* (людина, чий повідомлення є дуже абсурдними) [5], *twitterdom* (світ або сфера Twitter) [5], *twitterholic* (людина, прив'язана до Twitter; даний неологізм використовується для найменування користувачів кожної соціальної мережі: *instaholic, facebookholic*) [5];

Facebook - *facerape* (викрадати чужий аккаунт Facebook) [5], *facebooking* (витрачати свій час на Facebook) [5].

Сучасні технології часто викликають залежність у своїх користувачів як наркотики. Тому окремо варто зазначити слова, які позначають прив'язаність до інтернету та мобільних пристроїв: *digital detox* – бажання відпочити від соціальних мереж; *text-walk* – переписуватися у месенджері на ходу; *word of post* – це публікації (правдиві і не тільки), які були розміщені у інтернеті; *iFinger* – палець, котрий люди стараються не замастити для того щоб продовжити користуватися гаджетом; *cellfish* – егоїстична людина, яка не перестає користуватися мобільним пристроєм тоді, коли це дуже нервує оточуючих людей (похідне від слова *selfish* – *egoïcm*); *textpectations* – момент, коли ви нетерпляче очікуєте на відповідь співрозмовника, постійно перевіряючи телефон, навіть коли знаєте що людина не в мережі; *textrovert* – тип людей, які замість живого спілкування (*offline*) вибирають чати (*online*) [3, с. 159].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Литвиненко М. В. Вживання та способи творення неологізмів у творах фентезі. – Суми. – 2013. С. 1 – 2
2. Каменецька (Бринза) А. В. Основні шляхи розвитку лексики сучасної англійської мови. с.18
3. Остафійчук О. Д. Неологізми англійської мови в сучасному суспільстві / О. Д. Остафійчук – Чорномоськ. – 2020. С. 156 – 160
4. Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru/%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/%D0%B1%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F-%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/abbreviations-initials-and-acronyms>
5. Urban Dictionary. URL: <https://www.urbandictionary.com>



Симотюк А.С.

студент групи ПТБс-2019

Науковий керівник:

Перцович Т.О.

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ЛОГІСТИЧНІ РІШЕННЯ У ТРАНСПОРТНІЙ ЛОГІСТИЦІ

Виділення транспортування в окрему функціональну сферу логістики обумовлене такими факторами: великою часткою транспортних витрат у загальному складі логістичних витрат та неможливістю існування матеріального потоку без транспортування. Транспорт у логістиці виконує подвійну роль: є складовою інших галузей логістики (закупівельної, виробничої і розподільчої), а також є однією з галузей економіки, у якій розвивається підприємницька діяльність. Тому, перед транспортною логістикою постають наступні завдання [1, с.378]:

- створення транспортних систем, коридорів та ланцюгів;
- спільне планування транспортних процесів на різних видах транспорту;
- забезпечення технологічної єдності транспортно-складського процесу;
- координація транспортного і виробничого процесів;
- вибір виду і типу транспортного засобу;
- визначення раціонального маршруту доставки;
- усунення конфлікту мети, зниження транспортних витрат та мети підвищення складських витрат.

Оскільки транспортні операції є безпосереднім вираженням зв'язків між окремими етапами товароруку, ефективність цього процесу залежить від правильності та своєчасності прийнятих логістичних рішень.

Основні рішення щодо управління при транспортуванні:

вибір форми перевезень;

вибір виду транспорту;



1) вибір перевізника.

Слід пам'ятати, що споживачі транспортних послуг можуть отримати дві форми послуг: через створення власного відділу доставки або ж користуватися послугами сторонніх транспортних організацій. При виборі форм перевезень важливо провести по-перше аналіз переваг і недоліків даних форм. А саме перевагами створення власних відділів доставки є:

- можливість оренди транспортних засобів на одне перевезення;
- забезпечення потрібної якості транспортних послуг;
- запобігання аварійним ситуаціям;
- менші вимоги до упакування;
- наскрізний контроль за якістю надання послуг;
- можливість розміщення реклами на транспортних засобах;
- зниження транспортних витрат;
- контроль за розкладом, часом і маршрутами перевезень;
- можливість отримання додаткового прибутку.

При цьому, недоліками створення власного відділу є наступні:

- потреба в значних капіталовкладеннях;
- високі адміністративні витрати, витрати на ремонт, обслуговування;
- необхідність у складанні маршрутів, розкладів, графіків;
- повна відповідальність за вантажні перевезення;
- ризики втрати вантажів, пошкодження, тому їх страхування;
- проблеми з ліцензуванням;
- імовірність отримання збитків внаслідок аварій.

Так, по-друге необхідно провести оцінку рівня обслуговування та витрат за різних форм перевезень. Фірма має визначити бажаний рівень та якість обслуговування, проаналізувати можливості його забезпечення у випадку створення власного відділу доставки чи залучення сторонніх транспортних організацій. Надалі визначають сумарні витрати

для обох форм перевезень.

Таким чином, приймаємо кінцеве рішення. Критеріями про вибір форм є:

- необхідність у капіталовкладеннях та їх достатність;
- прогнозований рівень окупності капіталовкладень;
- рівень якості обслуговування;
- рівень загальних поточних витрат.

Якщо рівень загальних витрат власного відділу доставки буде нижчим, то рішення на користь власного відділу може бути створене за умови достатності капіталовкладень.

Друге рішення – вибір виду транспорту. Існують такі види транспорту: залізничний, автомобільний, водний (морський, річковий), повітряний та трубопровідний. Кожний з видів транспорту має конкретні особливості з погляду логістичного управління, переваги і недоліки, які визначають можливості використання. Сьогодні виділяють шість факторів, які впливають на вибір виду транспорту:

- час доставки;
- частота відправлень вантажу;
- надійність дотримання графіка доставки;
- здатність перевозити різні вантажі, універсальність;
- доставка в будь-яку точку території, гнучкість і доступність;
- вартість перевезення.

Третє рішення – вибір перевізника. Одним із суттєвих факторів, які впливають на вибір перевізника, є вартість перевезення. Споживачі, купуючи транспортну продукцію, відшкодовують ці витрати у формі тарифів і фрахтових ставок, що є одночасно грошовими вираженнями вартості транспортної продукції.

У цілому, підсумовуючи, можна сказати, що під час прийняття рішень про транспортування потрібно враховувати складні компроміси між різними видами транспорту, а також наслідки цих компромісів для інших видів діяльності в транспортній та розподільчій логістиках. Оскільки з часом відносні



витрати різних видів транспорту змінюються, фірмам необхідно переглядати свої схеми транспортування з метою знаходження оптимального варіанту товароруку. І це залежить від ефективних і вірних логістичних рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Логістика: навч. посіб./О.М. Тридід, Г.М. Азаренкова, С.В. Мішина, І.І. Борисенко.- К.:Знання, 2008.-566 с.

Соболевська Р. І.

студентка групи Кюс-2019-3

Науковий керівник:

к. ю. н. Бабецька І. Я.

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ, Україна

ЦИВІЛЬНА ДІЄЗДАТНІСТЬ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ

Згідно із Цивільним Кодексом України: «Цивільною дієздатністю фізичної особи є її здатність своїми діями набувати для себе цивільних прав і самостійно їх здійснювати, а також здатність своїми діями створювати для себе цивільні обов'язки, самостійно їх виконувати та нести відповідальність у разі їх невиконання» [1]. Для глибшого розуміння цього поняття нам варто звернутись знову ж таки до ЦК України та знайти визначення поняття фізичної особи (ст. 24), в якому в загальних рисах сказано про те, що: «Людина як учасник цивільних відносин вважається фізичною особою» [1].

Іншими словами, всі люди які оточують нас, є фізичними особами. Вони також є носіями правоздатності (з народження) та дієздатності (здатність набувати цивільні права). З народження та до віку 14 років людина вважається малолітньою особою. Згідно із законодавством України малолітні особи віком до 14 років мають лише часткову цивільну дієздатність.

Часткова цивільна дієздатність фізичної особи (ст. 31 ЦК України) характеризується тим, що за малолітньою особою

визнається право здійснювати своїми діями не будь-які права і обов'язки, а лише ті, що прямо передбачені законом. Так, фізична особа, яка не досягла 14 років, має право самостійно вчиняти дрібні побутові правочини. При цьому правочин вважається дрібним побутовим, якщо він задовольняє побутові потреби особи, відповідає її фізичному, духовному чи соціальному розвитку та стосується предмета, який має невисоку вартість. Малолітня особа також може здійснювати особисті немайнові права на результати своєї інтелектуальної, творчої діяльності, зокрема набувати авторських прав на свої малюнки, вірші тощо [2].

Візьмемо до прикладу ситуацію в якій дитина, яка знамається в дитячій телепередачі, заробляє певну суму коштів (до прикладу 100 грн) і вирішила на ці кошти придбати набір кольорових олівців (28 грн). Ця покупка є дрібним побутовим правочином, який задовольняє її власні потреби та допомагає в її соціальному розвитку. Отож, вона використала можливість часткової цивільної дієздатності, які є передбаченими ЦК України.

Зараз нам варто з'ясувати, що мається на увазі під терміном неповна цивільна дієздатність. Неповну цивільну дієздатність мають фізичні особи у віці від 14 до 18 років (неповнолітні).

Законодавством визначено правові наслідки для осіб, які мають неповну цивільну дієздатність:

- мають право самостійно розпоряджатися своїм заробітком, стипендією або іншими доходами;
- самостійно здійснюють права на результати інтелектуальної, творчої діяльності, що охороняються законом, укладають правочини за згодою своїх батьків (усиновлювачів) або піклувальників.

Згода на вчинення неповнолітньою особою правочину має бути одержана від будь-кого з батьків (усиновлювачів). При запереченні того з батьків, з яким проживає неповнолітня особа, правочин може бути здійснений з дозволу органу опіки та піклування. За наявності достатніх підстав суд за заявою батьків



(усиновлювачів), піклувальника, органу опіки та піклування може обмежити право неповнолітньої особи самостійно розпоряджатися своїм заробітком, стипендією чи іншими доходами або позбавити цього права. Суд скасовує своє рішення про обмеження або позбавлення цього права, якщо відпали обставини, які були підставою для його прийняття. Неповнолітній сам несе відповідальність за невиконання договору, укладеного зі згоди батьків (усиновлювачів), піклувальника. Якщо у неповнолітнього немає майна, достатнього для відшкодування збитків, додатково (субсидіарно) відповідають батьки, або піклувальники. За шкоду, заподіяну іншій особі, неповнолітня особа несе відповідальність на загальних підставах [3].

Повну цивільну дієздатність (ст. 34 ЦК України) набуває фізична особа, яка досягла 18 років (повноліття). Закон знає окремі винятки з цього загального правила. У разі реєстрації шлюбу фізичної особи, яка не досягла повноліття, вона набуває повної цивільної дієздатності з моменту реєстрації шлюбу. У разі розірвання шлюбу до досягнення фізичною особою повноліття набута нею повна цивільна дієздатність зберігається. У разі визнання шлюбу недійсним з підстав, не пов'язаних з протиправною поведінкою неповнолітньої особи, набута нею повна цивільна дієздатність зберігається [2].

Також, згідно ЦК України: «Повна цивільна дієздатність може бути надана фізичній особі, яка досягла шістнадцяти років і працює за трудовим договором, а також неповнолітній особі, яка записана матір'ю або батьком дитини» [1].

Цивільне законодавство і наука цивільного права зарубіжних країн мають певні відмінності в розумінні дієздатності та її обсягу. У більшості європейських країн сутність поняття «дієздатність» розуміється однаково. Відповідно до цивільного законодавства України та інших зарубіжних країн дієздатність являє собою здатність фізичної особи набувати своїми діями цивільні права та обов'язки та здійснювати їх, а також нести відповідальність [4].

Варто зазначити, що надання повної цивільної дієздатності

реалізується за рішенням органу опіки та піклування за заявою заінтересованої особи відповідно до письмової згоди батьків (усиновлювачів) або піклувальника. У разі відсутності такої згоди повна цивільна дієздатність може бути надана за рішенням суду.

Ще один випадок надання повної цивільної дієздатності, регламентований законодавством, визначений для фізичної особи, яка досягла шістнадцяти років і яка бажає займатися підприємницькою діяльністю. За наявності письмової згоди на це батьків (усиновлювачів), піклувальника або органу опіки та піклування така особа може бути зареєстрована як підприємець. У цьому разі фізична особа набуває повної цивільної дієздатності з моменту державної реєстрації її як підприємця. Повна цивільна дієздатність, надана фізичній особі, поширюється на всі цивільні права та обов'язки.

У разі припинення трудового договору, припинення фізичною особою підприємницької діяльності надана їй повна цивільна дієздатність зберігається.

Отже, враховуючи все вищезазначене, ми можемо зробити наступні висновки. Обсяг цивільної дієздатності фізичної особи встановлюється Цивільним кодексом України та може бути обмежений виключно у випадках і в порядку, встановлених законом. Законодавство України визначає дієздатність як здатність своїми діями набувати для себе цивільних прав і самостійно їх здійснювати, а також здатність своїми діями створювати для себе цивільні обов'язки, самостійно їх виконувати та нести відповідальність у разі їх невиконання. Законодавець визнав за малолітніми та неповнолітніми загальний достатній рівень творчого та інтелектуального розвитку, який і дозволяє їм брати активну участь у цивільному обороті незважаючи на вік.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. // Відомості Верховної Ради. 2003. № 40–44. Ст. 356

2. Часткова цивільна дієздатність фізичної особи, яка не досягла 14 років (малолітня особа); Повна цивільна дієздатність. Online.URL:https://pidru4niki.com/12090810/pravo/chastkova_tsivilna_diyezdatnist_fizichnoyi_osobi_yaka_dosyagla_rokiv_malolitnya_osoba https://pidru4niki.com/10810806/pravo/povna_tsivilna_diyezdatnist
3. Цивільна дієздатність фізичної особи. Сайт Безоплатна правова допомога. Online. URL: <https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/>
4. Саградян М. Цивільна дієздатність фізичної особи в Україні та в зарубіжних країнах Online. URL: <http://pgp-journal.kiev.ua/archive/2018/4/13.pdf>

Скірчук В. В.

студент групи ППЗс-2018

Науковий керівник:

Ващишак С.П.

ЗВО «Університет Короля Данила»

м.Івано-Франківськ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕРЕЖ АТМ

Зараз складно собі уявити життя без різноманітних технологій та засобів зв'язку. Поява комп'ютерних мереж передавання даних дала змогу обробляти величезні потоки інформації за короткий час. Основним засобом з прийому, передачі та оброблення інформації для користувача став персональний комп'ютер. Комп'ютерні мережі представляють собою сукупність територіально рознесених комп'ютерів, здатних обмінюватися повідомленнями через середовище передачі даних.

Технологія АТМ (асинхронний режим перенесення інформації) виникла у 1980р. для передачі телефонних сигналів і даних. Певний час АТМ розвивалася як базовий рівень для стандарту телекомунікаційної мережі Broadband ISDN, призначеної для передачі різних даних з високими швидкостями (сотні Мбіт/с). Створено спеціальний комітет, який займається

розробленням і активним розвитком мереж ATM – це ATM Форум. На відміну від Primary Rate ISDN (2 Мбіт/с) і Basic Rate ISDN (144 Кбіт/с), які широко поширені вже зараз, технологія Broadband ISDN повинна набути поширення у міру розвитку технології і потреб абонентів телекомунікаційних мереж, однак зараз є цілком самостійною технологією. В основі структури ATM є мережа з спеціальними комутаторами ATM Switch, які з'єднані між собою високошвидкісними каналами зв'язку. Мережа ATM Switch-in представляє з себе високошвидкісний потужний комутатор для пакетів, що надходять із зовнішніх інтерфейсів від зовнішніх пристроїв – мостів (bridges), роутерів, окремих комп'ютерів, серверів або іншого обладнання (рис. 1).

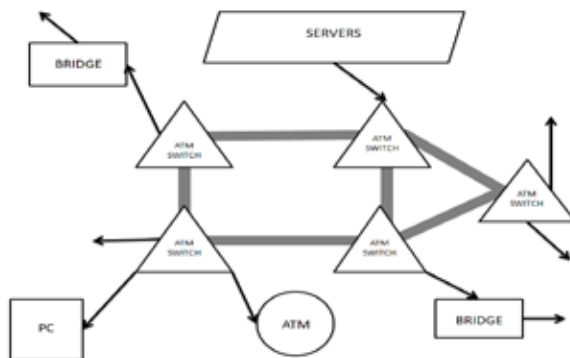


Рис.1 – Структура мереж ATM

Основним недоліком існуючих локальних мереж Ethernet, Token Ring, FDDI і інші, це фіксована смуга пропускання. Для Ethernet вона становить 10 Мбіт/с, для Token Ring - 4 або 16 Мбіт/с, для FDDI - 100 Мбіт/с. Приєднання нових користувачів веде до зменшення частки кожного, тому що всі користувачі мережі ділять між собою ширину однієї смуги.

Мережа ATM працює іншим чином, тут підключення нового користувача не погіршує швидкості - кожен користувач отримує інтерфейс з гарантованою смугою пропускання, ширина якої не залежить від активності інших користувачів. Це досягається тим, що швидкість комутації пакетів в ATM Switch на 1-2 порядки перевищує швидкість інтерфейсів, досягаючи



десятиків Гбіт/с.

Досягнення таких швидкостей комутації стало можливим завдяки розвитку технології і нетрадиційного підходу до інкапсуляції даних в пакети. Крім вирішення проблеми недостатньої пропускну здатності сучасних мереж, АТМ дозволяє вирішити іншу задачу - переконфігурацію мережі. У сучасних мережах логічні і фізичні структури тісно пов'язані. Зміна фізичної структури вимагає змін логічної структури: створення нової підмережі, перепризначення мережних адрес, переконфігурацію роутера, встановлення нових прав доступу.

В АТМ використовуються фіксовані пакети (53 байти), з яких 5 байт відводяться під службову інформацію, а 48 - під дані. Використання пакетів фіксованої довжини дозволяє спростити алгоритми буферизації в мережевому обладнанні і застосовувати буфери фіксованого розміру. Спрощення алгоритмів буферизації дозволяє реалізувати їх апаратно, що суттєво підвищує продуктивність.

Через використання в інших технологіях пакетів змінної довжини, приєднання існуючих мереж до АТМ вимагає, щоб її мережеві пристрої забезпечували розбиття і складання пакетів. Тим самим вони беруть на себе значну частину навантаження, дозволяючи свічам мережі АТМ працювати з максимальною ефективністю. Тобто, АТМ – це фактично перша мережа, яка здатна дійсно повноцінно забезпечити підтримку додатків, які використовують мультимедійні додатки.

Отже, в майбутньому АТМ буде здатна замінити більшість існуючих комунікаційних мереж. Маючи значну пропускну здатність і оптимальну пристосованість для передачі різних видів інформації (аудіо, відео, даних), АТМ здатна об'єднати в собі існуючі телекомунікаційні і комп'ютерні мережі та створити комунікаційні структури для проведення телеконференцій, відеоконференцій тощо. В майбутньому мережа АТМ повинна стерти існуючі межі, що розділяють існуючі зараз локальні і глобальні комп'ютерні мережі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Електронні засоби навчання: веб-сайт. URL: <https://www.znanius.com/3565.html>.
2. Методичні матеріали з інформатики: веб-сайт. URL: <https://ua5.org/lan/142-tekhnologja-atm.html>.

Стецька Н.В.

студентка групи Кас-2020-2

Науковий керівник:

ст. викладач **Веркалець С.М.**

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

СКАНДИНАВСЬКА ТЕХНОЛОГІЯ БУДІВНИЦТВА КАРКАСНОГО БУДИНКУ: ОПИС, ПОРЯДОК ВИКОНАННЯ РОБІТ

Скандинавський будинок - дерев'яна конструкція каркасного котеджу, що складається з наступних основних частин: дерев'яні стійки каркасу із сухих струганих пиломатеріалів стандартним перерізом 145 x 45мм, монтуються з кроком 600мм, сприймають навантаження від балок і кроквяної системи і забезпечує міцність каркасного котеджу.

Головними перевагами технології будівництва каркасних будинків є швидкість зведення і ефективні теплоізоляційні особливості побудови. Дана технологія прийшла до нас з країн Скандинавії, де з успіхом застосовується більш століття. Основою майбутнього будинку служить каркас з дерева, який обв'язується знизу і зверху. Далі проводиться обшивка всіх частин каркаса будівлі, між шарами яких встановлюється ізоляційний матеріал. Утеплювачем каркасної споруди вибирається мінеральна вата. Для обробки зовнішніх і внутрішніх стін застосовується вагонка.

У більшості випадків вітчизняні майстри зводять такі бу-



динки за канадською технологією. Каркасне будівництво за цією методикою включає в себе звичайно: заливку фундаменту; укладання нижньої обв'язки; укладання лаг і набивання статі; монтаж стійок зовнішніх і внутрішніх стін, перегородок; складання верхньої обв'язки; монтаж кроквяної системи; обшивання стін і покрівлі.

Останнім часом в Україні набирає популярність скандинавська технологія будівництва каркасних будинків. Від канадської вона відрізняється насамперед тим, що на першому етапі у даному випадку зводиться абсолютно порожня всередині коробка з дахом і тільки потім збираються всі внутрішньобудинкові конструкції, включаючи ненесучі стіни і перегородки. Значну частину робіт, таким чином, будівельники виконують у відносно комфортних умовах, будучи захищеними від дощу і вітру огорожувальними конструкціями. Ще однією особливістю скандинавської технології будівництва каркасних будинків є і те, що вона передбачає використання великої кількості вже готових елементів і модулів. Звичайно ж, з використанням скандинавської методики можуть зводитися не тільки житлові будинки. При складанні каркасних лазень технологія будівництва, що прийшла до нас з Європи, також застосовується досить широко. Різного роду конструктивні елементи в даному випадку монтуються так само, як і при зведенні приватних будинків.

Фундамент скандинавського будинку При використанні цієї технології будівлі можуть зводитися на двох типах основ: Плитному і стрічково-плитному. У першому випадку підстава будинку являє собою звичайну суцільну плиту завтовшки 30-40 см. Другий тип фундаментів у перерізі схожий на перевернуту букву П, тобто по периметру плити у даному випадку заливається ще і стрічка. Всередину такого фундаменту в межах останньої закладають утеплювач і всі комунікації. Називається така основа утеплений шведської плитою. Каркас скандинавського будинку зводиться виключно із струганої дошки. Брус для складання таких будівель не застосовується. Збиратися коробки споруд можуть в даному випадку з використанням декількох

різних методик. Будівництво каркасних будинків за фінською технологією (одна з різновидів скандинавської), наприклад, передбачає збирання кожної стіни окремо на землі. Тобто в даному випадку спочатку збивають прямокутник з нижньої і верхньої обв'язувальних дощок і крайніх стійок. Потім монтують всі проміжні стійки. Далі зібрану таким чином дерев'яну «ґратовані раму» встановлюють на фундамент. Для маленьких будинків стіни подібним чином монтують цілком, для великих – сегментами-частинами. Особливістю будівництва каркасних будинків за фінською технологією є, крім усього іншого, і наявність в конструкції стін такого елемента, як ригель. Так називають широку дошку, що закріплюється під верхньою обв'язкою. Цей елемент дозволяє в подальшому розвантажити вікна та двері. По краях таких отворів у скандинавських будинках встановлюється по одній стійці, а не по дві, як у канадських. Ще однією особливістю цієї методики вважається максимально надійна збірка вузлів. Технологія каркасного будівництва, що широко використовується в Україні сьогодні, передбачає застосування для з'єднання деталей будинків в основному металевих кутників. При складанні будинку по скандинавської методикою такі кріплення не використовуються. Монтуються каркаси будівель в даному випадку виключно на цвяхах.

Скандинавські будинки – це насамперед бюджетний варіант будівель, які будують по енергозберігаючим технологіям. Стелі в таких спорудах прийнято робити низькими. Тобто занадто довгий брус для стійок каркаса коробки стін скандинавського будинку використовувати не варто. Відразу після монтажу основи стін при застосуванні скандинавської технології будівництва каркасних будинків проводиться саме ця процедура. Виконується обшивка зібраної основи коробки зазвичай ОСБ 9 мм за стандартною технологією зсередини будівлі. У подальшому ці плити будуть грати роль опори для кріплення утеплювача з боку вулиці. Приблизно за такою ж технологією при зведенні скандинавського будинку зводиться каркас покрівлі. Дахи на скандинавських будинках у більшості випадків



збираються двоскатні. При цьому горище облаштовується як додаткове житлове приміщення – тобто утеплюється. Ферми при будівництві будівель цього типу часто використовуються вже готові заводські на зубчастих пластинах. Такі елементи не збиваються з бруса, а з дощок. Важать вони відносно небагато а тому кожна ферма піднімається на коробку просто силами кількох людей. У деяких випадках на стіни скандинавських будинків можуть встановлюватися навіть вже цілі зібрані кроквяні системи або їх сегменти. Піднімають такі конструкції додому з використанням спецтехніки.

Скандинавська каркасно-щитова технологія будівництва має, крім усього іншого, і ту особливість, що перш ніж приступати до складання багат шарових стін, при її використанні зазвичай набивають покрівельний матеріал на дах будівлі. Адже ОСБ, як відомо не дуже стійкий до вологи. Обшивка покрівлі захистить стіни споруджуваного будинку від дощу. Обшивають дахи малоповерхових споруд при використанні такої технології зазвичай композитної черепиці. Цей матеріал відрізняється невеликою вагою і виглядає дуже стильно і по-скандинавськи. Звичайно ж, при бажанні такі покрівельні елементи можна замінити на металочерепицю. Ондулін і шифер при зведенні скандинавських будинків використовувати для обшивки дахів не прийнято. У більшості випадків стіни скандинавських будинків від холоду також ізолюють з використанням мінеральної вати. Пінополістирол для цієї мети застосовують вкрай рідко. В деяких випадках замість базальтових плит використовується ековата.

Проводиться утеплення стін з скандинавської технології зазвичай наступним чином: між стійками встановлюються базальтові плити в два шари з перекриттям швів; після того як будуть покладені плити, стіни з каркаса обшивають зоплатом з кріпленням на рейку ;набивають чистову обшивку. Зоплат надалі на стінах буде виконувати функції додаткового утеплення, гідро - і вітрозахисту. Оздоблюють фасади при використанні скандинавської технології будівництва каркасних будинків на

заключному етапі зазвичай з використанням пиломатеріалів. Найчастіше це вагонка або блок-хаус. У деяких випадках обшивати коробки таких будівель можуть і сайдингом. Монтаж всіх таких оздоблювальних матеріалів проводиться у даному випадку за стандартними технологіями.

Переваги і недоліки. До переваг скандинавських каркасних технологій будівництва будинків відносять: невисоку вартість зведення, можливість побудувати будинок в максимально короткі терміни, можливість зведення коробки і покрівлі в будь-який час року. Експлуатаційні характеристики такі будинки мають просто відмінні. При точному дотриманні технології будівництва будівлі цього типу виходять дуже теплими і досить довговічними.

Єдиним недоліком скандинавських будинків вважаються деякі обмеження по архітектурі. У більшості випадків такі будівлі мають строго прямокутну форму. Дахи на таких спорудах, як уже згадувалося, майже завжди збираються прості двоскатні. Зводяться такі будівлі зазвичай не більше ніж в 1-2 поверху. Тобто скандинавські будинки – це бюджетна, досить акуратна, але при цьому і не особливо оригінальна заміська нерухомість.



Використання скандинавської каркасної технології будівництва дозволяє, таким чином, зводити довговічні і зручні в експлуатації житлові будинки. Збиратися за такою методикою, як і будь-який інший, можуть малоповерхові житлові будівлі самої різної планування. Особливістю скандинавських будинків, крім усього іншого, є ергономічність внутрішнього простору. У таких будинках немає ніяких надмірностей, але проживати в



них зазвичай дуже комфортно.

Будинки, побудовані за будь-сучасною методикою, можуть відрізнитися як перевагами, так і недоліками. Мають, звичайно ж, свої мінуси і плюси і каркасні технології будівництва будинків. До переваг будівель цього типу їх власники відносять в першу чергу підвищені теплоізоляційні властивості стін, на опалення господарям скандинавських будинків навіть у найхолодніші зими занадто багато витратитися не доводиться. Тепло споруди цього типу тримають дуже навіть непогано. Основні недоліки припадають на вікна, тому власники скандинавських каркасних будинків рекомендують встановлювати при їх будівництві виключно сучасні двокамерні якісні склопакети. Влітку мікроклімат у таких будівлях, як зазначають їх власники, також створюється дуже приємний. Стіни скандинавських каркасів не розігріваються так сильно, як бетонні або цегляні. До того ж вони ще й вміють «дихати». Деяким недоліком скандинавських будинків є будівельні запахи, ефіри деревних смол, просочення і т. д.

Скандинавська технологія будівництва, таким чином, як можна було помітити, нічого особливо складного не представляє. Звести такий будинок при бажанні можна в тому числі і своїми руками. Оформляють ж каркасні будівлі, побудовані за такою технологією, звичайно ж, часто також в скандинавському стилі. Стіни в таких будинках часто обробляють світлою декоративною штукатуркою. При цьому в деяких місцях її поєднують із вагонкою. Дошки при цьому забарвлюють з використанням білого воскового або масляного тоніка.

Отже, можна зробити висновок, що скандинавська технологія будівництва дозволяє нам будувати будинки швидко, якісно та надійно. При виборі скандинавської технології будівництва варто враховувати всі її переваги та недоліки та не боятися йти в ногу з сучасними методами будівництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. <http://mnogokarat.com.ua/news/7160/>

2. <https://r-dom.com.ua/ua/tekhnologii/karkasno-shchitovaya>
3. <https://1781080.site123.me/>
4. <https://kievnovbud.com.ua/>
5. <https://ukr.thehouseofchronic.com/4187996-scandinavian-construction-technology-of-a-frame-house-description-order-of-execution-of-works>

Струк Ю.В.

студентка групи МЕФс-2021

Науковий керівник:

Тимоць М.В.

к.е.н., доц., професор

кафедри управління та адміністрування

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

СУЧАСНИЙ СТАН ДІЯЛЬНОСТІ НЕБАНКІВСЬКИХ ФІНАНСОВО-КРЕДИТНИХ УСТАНОВ НА РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Дослідження теми сучасного стану діяльності небанківських фінансово-кредитних установ на ринку фінансових послуг є надзвичайно важливою галуззю економіки як науки. Небанківські фінансово-кредитні установи являються посередниками в економіці, не тільки України, а й зарубіжних країн.

Значну роль та великий внесок у вивченні небанківських установ внесли Левченко В., Черкасова С., Марцин В., Фаріон В., Чугунов І., Кублік В., Лутого І., Малого І. Усі ці вітчизняні вчені-економісти зробили величезний обсяг праці, та залишили багато практичних і теоретичних прикладів та матеріалів для економістів, які працюють над науковими роботами.

Враховуючи дослідження, наведених вище науковців, та узагальнивши наявні напрацювання з даної проблематики, можна стверджувати, що багато питань залишаються нерозкритими з огляду на мінливість фінансово-економічної ситуації у



нашій державі та відголоси фінансової кризи минулих років, виникнення нових можливостей розвитку фінансово-кредитних установ тощо. Саме тому актуальним є ґрунтовне та комплексне вивчення та дослідження сучасного стану функціонування та перспектив розвитку основних фінансово-кредитних установ України, які чинять значний вплив на розвиток економіки держави.

Небанківські фінансово-кредитні установи – це установи, які акумулюють тимчасово вільні грошові кошти та розміщують їх у формі кредиту за своїм функціональним призначенням [1, с. 305].

Послуги фінансових посередників об'єктивно зумовлені потребами ринку. Без фінансового посередництва можлива загроза операційного звуження ринку і бартеризації господарського життя, коли мають місце безпосередні товарообмін без використання грошей. Спеціалізовані кредитні установи виникли для того, щоб взяти на себе частину послуг, які не виконують комерційні банки.

На первинному ринку посередники сприяють інвестуванню коштів у різні галузі економіки та залученню коштів для забезпечення потреб державного бюджету. На вторинному ринку фінансові посередники забезпечують стабільне функціонування ринку, а також задовольняють інтереси юридичних та фізичних осіб щодо інвестування коштів у фінансові активи та вилучення їх з процесу інвестування. При цьому посередники надають інформаційні, консультаційні, управлінські послуги [2, с. 50].

В Україні становлення небанківських фінансово-кредитних установ відбувається занадто повільно і ніяк не відповідає їх ролі у функціональній сучасній ринкової економіки. Йдеться про наявність актуальних проблем, без розв'язання яких не можуть бути створені й ефективно функціонувати потужні ланки – небанківські кредитні установи та здійснювати свій вагомий вплив у розвиток вітчизняної економіки. Йдеться про необхідність як найскорішого розв'язання таких проблем:

– по-перше, дуже недосконале правове поле, в межах якого функціонують ці установи. До теперішнього часу відсутні нормативні акти, щодо прямого впливу, спрямовані на регламентування дії тієї чи іншої ланки складових небанківських фінансово-кредитних установ;

– по-друге, наявність дуже великого рівня недовіри населення до дії всіх складових небанківських фінансово-кредитних установ;

– по-третє, діяльність небанківських фінансово-кредитних установ не належним чином і неефективно контролюється державою, що призводить до зростання рівня ризику стосовно всіх суб'єктів, пов'язаних із діяльністю небанківських фінансово-кредитних установ, і, в першу чергу, максимізує ризик щодо головного суб'єкта – агента-інвестора [3, с. 239].

У цілому необхідно констатувати, що у посткризовий період спостерігається відновлення розвитку національного ринку небанківських фінансових послуг, однак такий розвиток не є динамічним, що пов'язано з існуванням таких проблем, як низький рівень захисту прав споживачів фінансових послуг, низьку капіталізацією установ, тісну взаємопов'язаність банківської та страхової галузей, недосконале та неналежне державне регулювання, низьку платоспроможність населення. Їх вирішення сприятиме утвердженню ринку небанківських фінансових послуг України та інтеграції фінансового ринку в Європейський економічний простір. Подальші дослідження повинні спрямовуватися на вироблення комплексу заходів для вирішення проблем функціонування небанківських фінансових установ, що можуть бути складовими комплексної програми розвитку фінансового ринку України на середньострокову перспективу.

Підсумовуючи, слід наголосити, що небанківські фінансові посередники – об'єктивна необхідність для ефективного функціонування ринкової економіки. Вони не тільки є потужними конкурентами банків за вільні грошові капітали, що само по собі має позитивне значення, а й надають економічним суб'єктам такі фінансові послуги, виконання яких не вигідно



або законодавчо заборонено банкам. Функціонування небанківських фінансових установ (ФКУ) є повинно стати важливим джерелом розвитку реального сектора економіки, забезпечуючи тісний зв'язок між суб'єктами господарювання, населенням і небанківськими фінансовими установами. Відповідно до поставлених завдань при написанні тез було здійснено вивчення та аналіз стану і перспектив розвитку ФКУ в Україні, а також внесено ряд пропозицій, що, на думку автора, забезпечать збереження не лише досягнутого рівня розвитку ФКУ, але й сприятимуть значному приросту показників їх діяльності.

Ми бачимо, що на сьогодні банківські ФКУ є більш конкурентоспроможними і здатними забезпечити певну потребу суб'єктів господарювання у додаткових фінансових ресурсах. Однак обсяг цих ресурсів є недостатнім для того, щоб усі підприємства могли забезпечити собі стабільний розвиток на ринку. Для України важливим є вихід на ринок та ефективне функціонування також небанківських ФКУ, які здатні формувати інвестиційні ресурси та направляти їх на розвиток економіки країни.

Ураховуючи досвід зарубіжних країн, ми можемо сподіватися, що в подальшому з розвитком фінансового ринку, відновленням роботи підприємств і зростанням обсягів фінансових ресурсів, застосуванням органами державної влади системи заходів для забезпечення розвитку ФКУ слід очікувати, що усі ФКУ зможуть виконувати одне з основних завдань інвестиційної політики держави – створення сприятливого середовища для нагромадження та ефективного використання фінансових ресурсів.

Функціонування небанківських фінансових установ є повинно стати важливим джерелом розвитку реального сектора економіки, забезпечуючи тісний зв'язок між суб'єктами господарювання, населенням і небанківськими фінансовими установами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Черкасова С. В. Ринок фінансових послуг: навч. посібник для ВНЗ. Львів : Магнолія, 2008. 496 с.
2. Юрій С. І. Ринок фінансових послуг як інституційна основа ринкової економіки. *Фінанси України*. 2010. № 11. С. 48–59.
3. Сідельник О.П. Позиціонування небанківських фінансових установ на ринку фінансових послуг як фактор підвищення їх конкурентоспроможності. *Вісник Університету банківської справи Національного банку України*. 2011. № 2. С. 237-240.

Тафій Є. І.

студентка групи КФС-2019

Науковий керівник:

к.е.н. Івашків Т.С.,

ЗВО «Університет Короля Данила»

м.Івано-Франківськ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ЗОВНІШНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Важливою сферою діяльності держави являється зовнішня торгівля. В умовах глобалізації світової економіки зовнішньо-економічна діяльність забезпечує використання конкурентних переваг і є важливим фактором зростання та задоволення споживчого попиту населення. За останні два десятиріччя Україна значно розширила масштаби і географію зовнішніх зв'язків. По інформації Державної служби статистики зовнішньоторговельні операції проводяться з партнерами з 217 країн світу. Основою зовнішньоторговельного обороту держави є товарні операції. Так, за період 2019-2020 рр. експортно-імпортні операції з товарами склали 246437 млн. дол., або 86,4 % всього обороту. Проте в торгівлі товарами Україна має від'ємне сальдо, яке зросло по причині швидкого збільшення імпорту у порівнянні з

експортом з 1,9 млрд. дол. в 2010 р. до 13,5 млрд. дол. в 2019 р. В операціях з послугами впродовж цього періоду спостерігається додатне сальдо, яке збільшилось з 3,2 млрд. дол. в 2010 р. до 6,7 млрд. дол. в 2019 р. Перевищення від'ємного сальдо в торгівлі товарами над додатнім в торгівлі послугами визвало хронічний дефіцит зовнішньоторговельного балансу. Лише за 2010-2019 рр. (без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим) цей дефіцит склав 25616 млн. дол., що серйозно вплинуло на фінансову стабільність держави.

Зростання в попередні роки імпорту в торгівлі товарами пояснюється недостатнім рівнем розвитку сучасних галузей промисловості (хімія, полімерні матеріали, машини і обладнання, засоби транспорту тощо), браком енергоресурсів, і, особливо, неефективним їх використанням. Саме по цих товарних групах формується основна частина від'ємного сальдо (табл. 1)

Таблиця 1

Товарна структура зовнішньої торгівлі за 2019-2020 рр. (*)

Назва товарів	2019 р.				2020 р.			
	Експорт		Імпорт		Експорт		Імпорт	
	млн. дол. США	у % до загал. обсягу	млн. дол. США	у % до загал. обсягу	млн. дол. США	у % до загал. обсягу	млн. дол. США	у % до загал. обсягу
Усього	62306	100,0	75835	100,0	53914	100,0	54382	100,0
Агропродовольча продукція	16930	27,2	8039	10,6	16671	30,9	6232	11,5
Мінеральні продукти	7190	11,5	22268	29,4	6104	11,3	16067	29,5

Продукти хімічної і пов'язаної з нею галузей	4009	6,4	8407	11,1	3054	5,7	6779	12,5
Недорогоцінні метали та вироби з них	17525	28,1	4953	6,5	15236	28,3	3323	6,1
Машини, обладнання, транспортні засоби	10099	16,3	17702	23,3	7131	13,2	11368	20,9
Інші промислові товари	6553	10,5	14466	19,1	5717	10,6	10613	19,5

(*) Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим

(**) Складено і розраховано за даними [1].

Як свідчать дані табл. 1 в товарообороті виділяється імпорт мінеральних продуктів, до яких відносяться вугілля, нафта і продукти її переробки, природний газ, на який приходиться більше 29 % загального обсягу. Значні масштаби імпорту спостерігаються по продукції хімічної і пов'язаних з нею галузей, а також машинам, обладнанню, транспортним засобам. В 2019 р. по цим групам від'ємне сальдо склало 27080 млн. дол. США, або 77,4 % від'ємного сальдо по усім групам товарів. В експорті товарів виділяються дві групи – агропродовольча продукція та недорогоцінні метали та вироби з них – власне в тій чи іншій мірі сировинні продукти з невеликою часткою доданої вартості. Саме по цих групах товарів сальдо весь час додатне. Високими темпами нарощується експорт агропродовольчої продукції – з 9850 млн. дол. в 2010 р. до 16930 млн. дол. в 2019 р., або 171,9 % в той час як експорт недорогоцінних металів та виробів з них зріс лише на 101,5 %. Як видно, в експорті переважають сировинні ресурси – рослинного походження, мінеральні продукти, шкіри необроблені, деревина, недорогоцінні метали, частка яких в 2019 р. склала 57,9 %. В імпорті переважають готові про-

мислові товари з часткою 64,1 %.

З точки зору фінансових результатів 2020 р. виявився особливим. Від'ємне сальдо скоротилось до 469 млн. дол. або майже в 29 раз у порівнянні з 2019 р. Цього вдалося досягти не за рахунок зростання експорту, а шляхом значного зменшення імпорту. При скороченні експорту на 13,5 %, імпорт зменшився на 28,3 %. Найбільше скоротився імпорт по мінеральним продуктам – на 27,8 %, в результаті чого від'ємне сальдо зменшилось по цій групі на 5115 млн. дол. Головним чином на це вплинуло зменшення імпорту газу з 11814 млн. дол. в 2019 р. до 6018 млн. дол. в 2020 р. Зменшився імпорт засобів наземного транспорту, особливо, легкових автомобілів з 5852 млн. дол. до 2648 млн. дол. При цьому катастрофічно зменшилось виробництво і експорт вітчизняних транспортних засобів. Як видно, зменшення від'ємного сальдо відбувається не за рахунок імпортозаміщення, а за рахунок падіння внутрішнього попиту. В 2020 р. відбулися значні зміни і в географічній структурі зовнішньої торгівлі – табл. 2.

Таблиця 2

Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами за 2019-2020 рр. (*)

	2019 р.			2020 р.		
	Експорт	Імпорт	Сальдо	Експорт	Імпорт	Сальдо
Усього, млн. дол.	62306	75835	-13529	53914	52382	-468
СНД, млн. дол.	21672	27741	-6069	14887	17249	-2362
у % до загал. обсягу	34,8	36,6	х	27,6	31,7	х
ЕС, млн. дол.	16552	26766	-10214	17006	21054	-4048
у % до загал. обсягу	26,6	35,3	х	31,5	38,7	х
Інші країни, млн. дол.	24082	21328	2755	22021	16079	5942
у % до загал. обсягу	38,6	28,1	х	40,9	29,6	х

(*) Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим

(**) Складено і розраховано за даними [1].


Вперше товарооборот з країнами ЄС перевищив рівень обороту з країнами СНД – на 118,7 %, так як цей показник з країнами СНД скоротився на 35 %, а з країнами ЄС – лише на 12 %. Крім того експорт в країни ЄС зріс на 454 млн. дол. за рахунок агропродовольчої продукції. Найбільші імпортні поставки ідуть з країн ЄС, де головними партнерами є такі країни з часткою імпорту в загальних поставках з союзу (%) – Німеччина – 25,5; Польща – 14,6 %; Італія – 7,2; Угорщина – 6,9. Зменшення товарообороту з країнами СНД відбулося за рахунок нашого головного партнера – Російської Федерації: експорт за 2019-2020 рр. скоротився на 4988 млн. дол., а імпорт – 10419 млн. дол. Лише поставки газу скоротилися на 11,4 млрд. куб. м, сумою 6698 млн. дол. Торгівля з іншими країнами включає весь перелік товарів як промислового так і сировинного, продовольчого характеру і забезпечує додатне сальдо. Але з таким потужним партнером як Китай, сальдо від’ємне з тенденцією до зростання.

Висновки:

1. Структура зовнішньої торгівлі України має риси країн, що знаходяться на шляху розвитку.
2. Головною причиною від’ємного сальдо у зовнішній торгівлі є недостатній розвиток високотехнологічних виробництв, що породжує необхідність імпорту сучасних товарів.
3. Без серйозних реформ у внутрішній політиці, переходу економіки на інноваційний шлях розвитку змінити ситуацію у зовнішній торгівлі буде неможливо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>


Терехович Н.О.
Студентка групи Дс-2018-1
Науковий керівник:
ст. викладач **Кухар Г.М.**
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

ТИПОГРАФІКА ЯК СУЧАСНИЙ ВИД МИСТЕЦТВА

Типографіка – явище сучасного світу, яке в даний час відіграє важливу роль не тільки у бізнесі, але в житті кожної людини. Шрифтову продукцію сучасний споживач зустрічає у своїх поштових скриньках, її вручає розповсюджувач біля входу до супермаркетів та метро, коли читач листає книги або журнали, зчитує з вивісок магазинів та навіть на паперових стаканчиках кави чи тарі для вуличної їжі. В світі бізнесу візитні картки виконують комунікаційну функцію, це один з елементів ділового стилю та іміджу власника. Друкована візуальна реклама, шляхом передачі інформації за допомогою листівок, візиток, брошур, паперових пакетів та інших виробів поліграфії, грає важливу роль в продажі товарів та наданні послуг. Це стосується будь-якої сфери життя людей.

Книгодрукування – явище, яке зустрічається на кожному кроці. Підручники, довідники, словники, дитячі книги, наукові видання, художні книги – без цього неможливо уявити сучасний світ, процеси навчання чи відпочинку [3].

В цілому типографське мистецтво може бути охарактеризоване як мистецтво правильно розподіляти друкований матеріал у відповідності з конкретними цілями, тобто розміщувати літери, встановлювати пробіли, і підбирати шрифт таким чином, щоб максимально полегшити читачу розуміння тексту[2]. Тому будь-яке оформлення набору, котре створює бар'єр між читачем і автором, є помилковим. З цього слідує, що під час друку книг, розрахованих на читання, залишається вельми незначне місце для «яскравої» типографіки. Навіть похмурий та одноманітний набір створює значно менше труднощів для читача, ніж

ексцентрична або примхлива типографіка. Витонченість останнього роду бажана і навіть необхідна в рекламному виданні в будь-якій сфері, чи в торгівлі, чи політиці, або релігії, бо лише яскраві зразки такого друку мають шанси привернути до себе увагу. Книжкова ж типографіка (за виключенням обмеженого кола певних видань) вимагає майже беззаперечного підпорядкування традиції [2].

Мобільні додатки до телефонів, рекламні щити, якими наповнене середовище міст, упаковки, етикетки, ярлики, попереджуючі написи, текстова навігація населених пунктів і доріг – шрифт скрізь виступає як засіб спілкування. Стилїстика, образність шрифту, розташування літери, і характер грає роль у визначенні того, як передається повідомлення.

Звичайно, це може здатися тривіальним, але навіть найменші коригування типу може вплинути на зовнішній вигляд шрифтової роботи. Наприклад, компанія Apple змінила свій дефолтний шрифт з різко тонкого Helvetica Neue на шрифт своєї розробки під назвою San Francisco це змінило ефективність повідомлень.

“Відмінності між Helvetica і San Francisco дуже незначні, навіть для досвідченого ока, але вони є”, – пише Ліз Стінсон для Wired. “San Francisco лишився строгим sans serif (без зарубок), але він сміливіший і доброзичливіший, ніж Helvetica Neue. На основі німецької гарнітури DIN, San Francisco дає символам більше простору, що робить його більш зручним для читання на відносно невеликих мобільних екранах. Високий і худий, San Francisco робить простір ефективним, як Roboto від Google, який ви могли б вважати двоюрідним братом шрифту від Apple”.

У свій час Стів Джобс, відвідував один курс коледжу, який, як він вважав, відіграв вирішальну роль в успіху Apple – був про каліграфію і типографіку. Як він одного разу сказав, у промові для студентів Стенфордського університету: «Якби я ніколи не записався на той курс в коледжі, у Маках ніколи б не було кількох гарнітур і вибору шрифтів.» Чи можна уявити собі світ,



де продукти компанії Apple не були б зосереджені на гарному дизайні? Одже, маленькі деталі мають значення [3].

Типографіка як явище правильного застосування шрифту та якісного графічного оформлення тексту – найсильніший інструмент для вираження ідеї, думки, посилу не лише в поліграфічній продукції, але й в веб-дизайні. З допомогою принципів, психо-емоційних особливостей шрифту, образності графеми, композиційним закономірностям можна об'єднати текстову і візуальну складові, що допоможе достукатися до відвідувача, затримати його увагу на сторінці сайту, соцмережі, дозволить йому осмислити візуальне повідомлення в короткому анімаційному ролику Motion Design.

Знання і розуміння типографіки перетворюють текст в інструмент побудови композиції, роблять його живим, надають характер і здатність передати ідею не тільки за допомогою змісту, а й графічно. Прикладом може слугувати графічне наповнення науково-фантастичного серіалу «Stranger Things» від Netflix, бо типографіка і візуальний брендинг – це дві причини, за якими потрібно захоплюватися неодноразово нагородженим телевізійним проектом. Крім Winona Ryder і хітів вісімдесятих, показаних в серіях Stranger Things, у глядачів виникла любов до ретро-шрифтів, представлених у вступних заставках. ITC Benguiat – декоративний шрифт із зарубками, розроблений легендарним Едом Бенгвіетом і випущений Міжнародною корпорацією шрифтів в 1977 році. Метт і Росс Даффер, брати і творці популярного телесеріалу, розповіли, що вибір шрифту для вступної заставки – це «подвійне натхнення». З одного боку був шрифт ITC Benguiat, а з іншого – заголовок, натхненний старовинними книгами Стівена Кінга. «Ми відправили 12 різних старих обкладинок до «Imaginary Forces», які розробляли назви, ми хотіли, щоб це було в стилі цих романів. Спогади і відчуття з дитинства, коли ми відкривали один з цих великих товстих романів Стівена Кінга, які ми так любили. Ми хотіли, щоб при вигляді шоу все відчували такі ж почуття кожен раз, кожную нову главу» [1].

Таким чином, ми визначили, що типографіка – це не просто інструмент для позначення або доступ до певної інформації, а й вид мистецтва, твори якого які оточують нас всюди. За допомогою шрифтів ми, як графічні дизайнери, можемо не просто виділити “щось”, але візуально перенести глядача чи споживача в інший період чи локацію, дати йому можливість відчувати естетику того чи іншого проміжку часу, легко орієнтуватися в середовищі, сприймати візуальні повідомлення відповідно до уподобань, віку чи гендеру, а також способу отримання інформації (паперові носії чи медіа ресурс), емоційно сприймати візуальні образи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. От Star Trek до Stranger Things... *UxPub*: веб-сайт. URL: <https://ux.pub/ot-star-trek-do-stranger-things-o-kultovom-shrifte-itc-benguiat-kotoryu-presleduet-nas-mnogo-let/> (дата звернення 11.10.2021р.)

2. Про типографське мистецтво. *Продизайн*: веб-сайт. URL: <https://prodesign.in.ua/2012/03/pro-typohrafske-mystetstvo/> (дата звернення 18.10.2021р.)

3. Типографія для початківців: що таке типографія? *DesignTalk*: веб-сайт. URL: <https://designtalk.club/typografiya-dlya-pochatkivtsiv-shho-take-typografiya/> (дата звернення 01.10.2021р.)

**Федак О.О.**

студент групи Юс-2019-1

Науковий керівник:

Андрусів Л.М.доктор юридичних наук, доцент
ЗВО «Університет короля Данила»
м. Івано-Франківськ

ПІЛОТНІ РІШЕННЯ ПО НЕВИКОНАННЮ СУДОВИХ РІШЕНЬ В УКРАЇНІ

Пілотні рішення ЄСПЛ з кожним роком постають з особливою актуальністю. Завдяки судовій практиці ЄСПЛ, зміни в національному законодавстві України відбуваються дедалі частіше. Пілотними рішеннями ЄСПЛ є рішення цього суду в яких зазначається природа системної проблеми, що призводить до порушень Конвенції про захист прав людини й основоположних свобод від 4 листопада 1950 року та вказується на заходи, які держава-порушник повинна зробити для усунення системних та грубих порушень. ЄСПЛ відзначився високим рівнем ефективності в питанні авторитетності та ефективності прийнятих ним рішень, але існує й другий бік медалі, насамперед, суд страждає від великого навантаженням, посилаючись на інформацію, яку надав правник Павло Пушкар, керівник відділу Департаменту виконання рішень Європейського Суду з прав людини та керівник Генерального директорату прав людини та верховенства права Ради Європи, «Через значну кількість заяв індивідуального характеру, а також міждержавних заяв, що перебувають на розгляді в Суді (8700 заяв, поданих проти України, та 7 міждержавних заяв, поданих Україною проти Російської Федерації)»[1]. Можемо зробити висновок про надмірне навантаження системи ЄСПЛ. З 70 років існування ЄСПЛ, Україна бере участь в цій системі протягом 20 років. На жаль, окрім позитивних аспектів взаємодії з ЄСПЛ, такими як, позитивний вплив на реформування правової системи України та судової системи, ми маємо також негативний

досвід, це насамперед порушення, що стосуються безпосередньо прав людини та низка правових проблем, насамперед невиконання рішень національних судів України. Для України в системі Конвенції досі залишається проблемним реагування на рішення ЄСПЛ, ефективність та координованість цього реагування, вжиття конкретних заходів загального характеру протягом розумних строків.

Особливої уваги, в даній статті, я планую надати проблематиці по невиконанню судових рішень в Україні. Для подальшого викладу інформації, я проаналізував низку справ, які безпосередньо стосуються проблеми даної проблеми.

Справа «Юрій Миколайович Іванов проти України», це одна з перших справ, яка відкриває хронологію проблематики невиконанню судових рішень. Короткий виклад справи: заявник звільнився від лав ЗСУ, мав право на отримання значної суми компенсації за неотримане грошове майно (відповідно до рішення суду). Але ці суми йому не виплатили, а збройну частину заявника розформували, натомість частина- правонаступник заявила, що коштів у них немає. ЄСПЛ декларував низку порушень: Пункт 1 статті 6 (Конвенції про захист прав людини) «Кожен має право на розгляд його справи упродовж розумного строку судом, який вирішить спір щодо його прав та обов'язків цивільного характеру» та стаття 1 Першого протоколу «Кожна фізична або юридична особа має право мирно володіти своїм майном. Ніхто не може бути позбавлений своєї власності інакше як в інтересах суспільства і на умовах, передбачених законом і загальними принципами міжнародного права»[2]. Вплив рішення ЄСПЛ у справі «Юрій Миколайович Іванов проти України» на законодавство України: прийнято закон України «Про гарантії держави щодо виконання судових рішень» 2012 р.[3], постанову КМУ «Про затвердження Порядку погашення заборгованості за рішеннями суду, виконання яких гарантується державою»[4]. У 2014 році, передбачено порядок стягнення коштів боржником за яким є державний орган; державне підприємство, установа, юридична особа,



примусова реалізація майна якої забороняється відповідно до законодавства – встановлено черговість погашення заборгованості за рішеннями суду.

На превеликий жаль, хронологія справ по невиконанню судових рішень стрімко продовжувалася, порушення прав заявників на виконання остаточних рішень судів протягом розумного строку, з посиланням на справу Юрія Іванова, було констатовано у рішеннях ЄСПЛ у багатьох справах, до прикладу: у справі «Кисельова та інші проти України», «Хайнацький та інші проти України», «Сем'яністий та інші проти України», «Щукін та інші проти України», «Васильєв та інші проти України». І ще багато інших, проблема набула неабиякого масштабу, доказом цього виступає резолюція ПАРЕ «Виконання рішень ЄСПЛ» №1787 (2011) від 26.01.2011р.[5], яка свідчить про те, що проблема невиконання судових рішень постала неабияк гостро, зацікавила європейську спільноту, а зв'язано це, з існуванням основних системних недоліків, які викликають велику кількість випадків порушення Конвенції, повторюються і підривають верховенство права.

Отже, з вище наведених мною фактів, та аналізу обставин низки справ по невиконанню судових рішень, я хочу зробити наступні висновки. Пілотні рішення ЄСПЛ щодо невиконання судових рішень здійснили певний внесок в реформування законодавства України, як до прикладу справа «Іванов проти України», внесла в систему національного законодавства наступні нормативно-правові акти: закон України «Про гарантії держави щодо виконання судових рішень» 2012 р., постанову КМУ «Про затвердження Порядку погашення заборгованості за рішеннями суду, виконання яких гарантується державою». Наступні, пілотні рішення ЄСПЛ також посприяли чинником загальної зміни в законодавстві України, це насамперед частина 8 ЗУ про «Виконавче Провадження»[6] виконання рішень Європейського суду з прав людини». Порядок реструктуризації заборгованості за рішеннями судів, виконання яких гарантовано державою, а також за рішеннями Європейського суду з

прав людини, прийнятими за наслідками розгляду справ проти України, фінансовими казначейськими векселями, затверджений постановою Кабінету Міністрів України, зміни в інструкції з примусового виконання рішень, яка затверджена наказом Міністерства юстиції України та в низку нормативних актів, які регулюють порядок виконання рішень ЄСПЛ.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Юридична газета online»- URL: <https://yur-gazeta.com/interview/v-ukrayini-na-nacionalnomu-rivni-isnue-problema-zabezpechennya-dotrimannya-konvenciyi-z-prav-lyudini.html>
2. Справа «Юрій Миколайович Іванов проти України»- URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/974_479#Text
3. ЗУ «Про гарантії держави щодо виконання судових рішень» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4901-17#Text>
4. Постанова КМУ Про затвердження Порядку погашення заборгованості за рішеннями суду, виконання яких гарантується державою- URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/440-2014-%D0%BF#Text>
5. Резолюція ПАРЕ «Виконання рішень ЄСПЛ» №1787 (2011) від 26.01.2011-URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/mpz2/docs/1188_rez_1787.htm
6. ЗУ про «Виконавче Провадження- URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1404-19#Text>

**Філіпова Л.П.**

студентка групи ДС 2020-2

Науковий керівник:

Золотарчук Н.І.

доц. кафедри дизайну, канд. мист.-ва.

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ: ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ

Поняття корпоративного (фірмового) стилю як «упаковка компанії» увійшло до теорії та практики дизайну відносно нещодавно. І вже зараз розуміємо поняття айдентики як сукупності візуальних складових компанії для підвищення її впізнаваності. В умовах конкуренції на ринку кожен задумується над створенням особистого унікального стилю, який робить компанію впізнаваною серед клієнтів. Розробка корпоративного стилю досить довготривалий процес, і кожен день набуває все більшої популярності у розвитку зростаючої кількості нових підприємств. Наявність якісного фірмового стилю підвищує ефективність реклами. Саме через ці всі фактори він пройшов досить немалий шлях розвитку, починаючи від античності і завершуючи сьогоденням. Актуальність теми полягає в організації і розробці корпоративного (фірмового) стилю як цінному активі у процвітанні будь-якої установи. Оскільки він є основою для успішної маркетингової системи, тож заслуговує на подальші дослідження.

Метою статті є: розкриття значення корпоративного стилю як засобу ідентифікації, зосередивши увагу основних етапах його формування. **Завданням є:** простежити становлення корпоративного (фірмового) стилю, проаналізувати його фундаментальні напрямки в розвитку.

Формування корпоративного (фірмового) стилю – це цілий напрям маркетингових комунікацій. Його історія використання знаків для ідентифікації місця походження товару сягає глибини віків. Дослідники жваво дискутують – одні вбачають витоки

фірмового стилю ще від 5 тис. р. до н.е. (початку масового виготовлення посуду в Китаї, вказуючи ім'я імператора, виробника і місця виробництва а інші співставляють появу з моментом будівництва гробниць фараонів у Єгипті (знайдені вирізьблені на каменях символи, які належали каменярям, що виготовляли глиби), а треті відслідковують явище від середньовіччя та появи клейм і позначок майстрів на виробих у добу початку мануфактурного виробництва. Достовірно відомо, що перший законодавчий акт щодо товарних знаків прийняв 1266 р. англійський парламент під час правління Генріха III. Відповідно до нього, кожен пекар повинен був проставляти свій знак на хлібі, і вже до кінця середньовіччя торгові знаки набули не аби якої популярності [5; 6].

Для визначення такого поняття застосовують термін «брендинг» – клеймо. Основна роль брендингу у діяльності підприємців є такою ж як особисте клеймо ремісника. Оскільки кочові народи накладали на худобу знак того, що вона має власника, а найбільш вправні ремісники позначали свою продукцію особистим клеймом, а покупці, які розумілися у цій справі, прагнули здобути собі товар з таким знаком. В середні століття з'явилися цехові корпоративні торгові марки [4].

В середині XIX століття в США і країнах Західної Європи складаються передумови для виникнення загальнонаціональних торгових марок. Крупні виробників, які накопичили на той час вагомий капітал, вже не влаштував повний контроль над збутом зі сторони посередників. В умовах зростаючої конкуренції і формування єдиного інформаційного простору виробники товарів могли виокремити власне потенційних покупців в якості цільової аудиторії своїх комерційних комунікацій. При цьому першочерговою ціллю крупного товаровиробника стала самоідентифікація, виділення себе з масовості безпосередніх конкурентів [1, с. 122].

Наприкінці XIX ст. рясніли найрізноманітніші варіанти від найпростіших схематичних і до фантастичних текстових композицій. Через збільшення конкуренції і ненавмисного дублю-



вання (плагіату) перший закон про реєстрацію товарних знаків був прийнятий у Великобританії 13 серпня 1875 р. А першим зареєстрованим товарним знаком вважається червоний трикутник компанії “Басс і Ко” [5].

Першим офіційним дизайнером, який створив фірмовий стиль, вважають Петера Беренса, архітектора, який на початку ХХ століття, займаючи посаду художнього директора компанії в Німеччині, створив певне «художнє обличчя» фірми, яке відповідало основним законам стилестворення. Практична робота Беренса мала величезне значення для формування нового виду дизайну – діяльності, яка привела до впорядкування і стилізації промислової продукції. В другій половині ХХ століття склалося ціле направлення маркетингових комунікацій – формування корпоративного (фірмового) стилю [4]. Він є сукупністю прийомів, які забезпечують єдиний образ всім виробам фірми і заходам, поліпшують сприйняття споживачем не тільки товарів фірми, але і всієї її діяльності, а також дозволяють протиставляти свої товари і діяльності товарам і діяльності конкурентів [2, с. 65].

В постіндустріальну епоху сфера послуг зайняла позицію також не менш важливу аніж виробнича сфера. А для організацій, які пропонували послуги вже на початку свого існування, наявність фірмового стилю є життєво необхідним.

Дослідниця питання становлення та розвитку фірмового стилю Л. Литвинюк зазначає: «Трансформований від англійського “corporate identity” термін “корпоративний (фірмовий) стиль” швидко закріпився в обігу, а сфера його застосування динамічно розширилася. Тепер його можна було зустріти в поєднанні з будь-яким явищем чи організацією, для якої необхідно було створити систему візуальних ідентифікаторів» [6, с.15].

Активний розвиток дизайну в 1970-х – 80-х рр., який прийшов із Заходу, трансформував візуально-комунікативний стиль у свою протилежність – “альтернативний стиль”, так звану “нову хвилю”. Одним з найяскравіших представників даного стилю вважають Невіла Броуді, робота якого над створенням

видання “The Face” стала “...своєрідне дослідження можливостей трансформації контексту візуальними засобами: активна робота зі шрифтом, різні прийоми, починаючи від зменшення заголовка до мінімальних меж і закінчуючи тотальним домінуванням буквиці, ставши початком нової хвилі 1980-х рр. у графічному дизайні” [7].

Західні компанії вже давно зрозуміли ефективність фірмового стилю в боротьбі за клієнтів: достатньо згадати такі компанії як Coca-Cola, McDonalds, Nike, Nivea, Sony, Samsung, як тут же виникає впізнаваний зоровий, а то і смаковий образ [4].

Серед основних функцій фірмового стилю виділяють ідентифікацію та рекламу. Ідентифікація дозволяє користувачу без особливих зусиль дізнатися потрібний товар (фірму, послугу) за деякими зовнішніми ознаками. Наявність корпоративного (фірмового) стилю вагомо підвищує ефективність реклами. Крім цього, всі об'єкти, що містять елементи фірмового стилю фірми, самі являються рекламою. Завдання даного стилю – закріпити у свідомості позитивні емоції, пов'язані з оцінкою якості продукції, її ідеальності, високого рівня обслуговування і забезпечити продукцію підприємства і саме підприємство особливою впізнаваністю. Таким чином, наявність фірмового стилю гарантує високу якість товарів і послуг, так як воно свідчить про впевненість його власника в позитивному враженні, яке він справляє на споживача. Фірмовий стиль забезпечує організацію такими перевагами, виконуючи наступні функції: підвищення корпоративного духу, єдності співробітників та створення відчуття прилучення до спільної справи, виховання фірмового патріотизму; позитивний вплив на естетичний рівень від товарів і приміщень фірми; допомога споживачеві орієнтуватися в потоці рекламної інформації, швидко і безпомилково знаходити потрібну фірму; вказує споживачеві взяття фірмою відповідальності за створений товар; вказує суспільству на стабільність і довготривалість роботи компанії; скорочує витрати на рекламу і PR, одночасно посилюючи її ефект і створюючи сильний бренд [4].

Підсумовуючи всі переваги, які дає використання фірмового стилю, то можна назвати його одним з головних засобів формування сприятливого іміджу фірми [3]. Фірмовий стиль має велике значення, і поряд з іншою важливими компонентами маркетингу, становить окрему сферу діяльності в області стилювання продажів і популяризації.

Головною метою креативної команди «вдихнути нове життя», вбачати фундаментальні напрямки в розвитку фірмового стилю і забезпечити реалізацію закладеного потенціалу через візуальну складову.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ромат Е.В. Реклама. СПб.: Питер, 2001. 122 с.
2. Уэллс У., Бернет Дж., Мориарти С. Реклама: принципы и практика. СПб.: Питер, 1999. 736 с. URL: http://www.nazaykin.ru/catalog/ru/tr-pr/reklama_principi_i_praktika.htm (дата звернення: 21.10.2021).
3. Реклама. Результат. URL: <http://reklama.rezultat.com> (дата звернення: 21.10.2021).
4. Історія виникнення фірмового стилю. URL: <https://ua.waykun.com/articles/istorija-viniknennja-firmovogo-stilju.php> (дата звернення: 21.10.2021).
5. Даніліна О.А. Товарні знаки і фірмовий стиль. URL: <http://biblio.narod.ru/reth/d-tovarn-znaki.htm>.
6. Литвинюк Л. До питання становлення та розвитку фірмового стилю. Вісник Львівської національної академії мистецтв: Теорія і практика творчості. Вип. 24. С. 10 – 18.
7. URL: https://lnam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/24/4.pdf
8. Типографіка сьогодні: Невіл Броуді. URL: <http://kak.ru/magazine/1/a153>; URL: <https://www.webmascon.com/personas/broudi.asp>



Фодчук Н. І.

студентка групи КЮс-2020-3

Науковий керівник:

Федик Л.Б.

кандидат історичних наук, доцент
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

ВПЛИВ КАРАНТИННИХ ОБМЕЖЕНЬ НА ПРАВА ЛЮДИНИ

В умовах епідемії для забезпечення життя і здоров'я громадян органи державної влади змушені вдаватися до заходів, які передбачають певне обмеження деяких прав і свобод людини. Оскільки людина, її життя, здоров'я й безпека, відповідно до чинної Конституції України, найвища соціальна цінність, такі обмеження цілком обґрунтовані. Однак при цьому завжди потрібно дотримуватися принципу доцільності та балансу між безпекою та свободою.

Для законного обмеження прав людини необхідна наявність декількох важливих умов, серед яких:

- обмеження мають бути чітко передбачені законом;
- обмеження повинні мати легітимну мету, що передбачена Конституцією;
- обмеження прав людини мають бути необхідними в демократичному суспільстві, тобто потреба саме таких заходів не викликає сумнівів, інших способів без обмеження права людини не існує, а самі вжиті заходи є пропорційними.

До категорії прав людини, які підлягають обмеженням в умовах карантину потрапили:

1. Право на свободу пересування.
2. Право на освіту.
3. Право на проведення масових заходів, а також свобода зібрань

11 березня 2020 р. Кабінет Міністрів України постановою № 211 «Про запобігання поширенню на території України ко-

ронавірусу COVID-19» запровадив в Україні карантин [3]. У постанові йдеться про примусову термометрію та подальшу обробку конфіденційної інформації про особу без її згоди, заборону відвідувати заклади освіти її здобувачам, проводити масові заходи, окрім тих, що забезпечують роботу органів державної влади та органів місцевого самоврядування. 2 квітня до цієї постанови Кабмін вніс зміни (постанова № 255), що обмежили права громадян – **особисті, політичні, економічні, соціальні та культурні**. Обмеження торкнулися також права на повагу до приватного життя – зобов'язання носити документи, що посвідчують особу, її спеціальний статус, підтверджують громадянство. Обмежуються права на свободу та особисту недоторканність – це примусове поміщення громадян в обсервацію; на свободу пересування – заборона для окремих груп населення перетинати кордон, для всіх – пересуватися групою у складі більш, ніж двоє осіб, відвідувати парки, сквери, зони відпочинку, лісопаркові та прибережні зони, спортивні та дитячі майданчики, особам до 14 років – перебувати у громадських місця без супроводу батьків. Йдеться також про скасування транспортного сполучення, зупинку роботи метрополітену [2].

Постанова КМУ «Про встановлення карантину та запровадження посиленіх протиепідемічних заходів на території із значним поширенням гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2» від 22 липня 2020 р. № 641 передбачає певні обмеження права на свободу пересування. Закон України «Про захист населення від інфекційних хвороб» наділяє повноваженнями місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування встановлювати особливий режим в'їзду на територію карантину та виїзду з неї громадян і транспортних засобів, а у разі потреби – проводити санітарний огляд речей, багажу, транспортних засобів та вантажів в умовах карантину, а також створювати на в'їздах і виїздах з території карантину контрольні-пропускні пункти. Це є обмеженням прав на свободу пересування, закріплених у ст. 33 Конституції України. Однак, п. 4 ст. 2 Протоколу №4 до Конвенції

про захист прав людини і основоположних свобод встановлює, що право вільного пересування в певних місцевостях може підлягати обмеженням, що встановлено законом і виправдано суспільними інтересами в демократичному суспільстві.

Постанова КМУ від 22 липня 2020 р. № 641 також містить певні заборони щодо відвідування закладів освіти здобувачами освіти, зокрема заборона відвідування закладів освіти її здобувачами.

Свобода мирних зборів не належить до абсолютних прав і може бути обмежена. Так, поряд з гарантіями Конституція містить і певні обмеження, оскільки громадяни можуть збиратися лише без зброї та мирно. Право на мирні збори може бути обмежено винятково «з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення або захисту прав і свобод інших людей», що закріплено в ч.2 ст.39 Конституції. Але ст.64 Конституції передбачає можливість тимчасового обмеження права на свободу зборів, мітингів, походів і демонстрацій в умовах воєнного або надзвичайного стану [1].

Ставлення до обмеження прав показало опитування. Згідно опитування українці переважно підтримують ті карантинні заходи, які були запроваджені урядом навесні. Більшість респондентів погодилась із необхідністю 14-денної ізоляції для осіб, які прибувають з-за кордону чи з непідконтрольних уряду України територій (72%), заборонаю проведення масових заходів за участю більш ніж 10 осіб – культурних, розважальних, спортивних (63%) та заборонаю проведення релігійних зібрань у культових спорудах (60%). Понад половину опитаних погодились із доцільністю заборони транспортного сполучення між країнами, а 57% підтримали вимогу самоізоляції для людей, старших за 60 років. Тимчасове закриття закладів громадського харчування підтримали 56%

Водночас низку обмежень українці сприймали як необґрунтовані. Серед таких заборона руху громадського транспорту в межах населених пунктів (лише 27% підтримки, 68% – проти), заборону на перебування на вулицях без документів, що посвід-



чують особу, підтримали лише 32%. Заборону відвідувати парки, сквери, зони відпочинку, спортивні та дитячі майданчики підтримали 36% респондентів, проти – 59% [4].

Отже запровадження обмежувальних заходів було об'єктивною необхідністю. Остання однак призвела до обмеження деяких конституційних прав і свобод людини і громадянина. Що однак жодним чином не повинно призвести до порушення останніх.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141.

2. Остапенко О. Обмеження прав під час карантину: що «каже» законодавство? URL: <https://uplan.org.ua/analytics/obmezhennia-prav-pid-chas-karantynu-shcho-kazhe-zakonodavstvo/>

3. Про запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2: постанова Кабінету міністрів України від 11 березня 2020 р. № 211. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/211-2020-%D0%BF#Text>

4. Яворський В., Печончик Т. Коронавірус і права людини: як пережити зиму? URL: <https://zmina.info/articles/koronavirus-i-prava-lyudyny-yak-perezhyty-zymu/>



Хамурда В.І.

студент групи МОс-2020

Науковий керівник:

Цюцяк І.Л.

ст. викладач кафедри

управління та адміністрування

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ІМПОРТ ДОВГОСТРОКОВИХ АКТИВІВ: ПЕРВІСНА ВАРТІСТЬ ТА ОБЛІКОВЕ ВІДОБРАЖЕННЯ КУРСОВИХ РІЗНИЦЬ

Імпорт, в тому числі довгострокових активів, відіграє важливу роль у формуванні зовнішньоторговельного балансу України. Він забезпечує потреби національної економіки в ресурсах, які є необхідними для її повноцінного функціонування.

В Україні розуміння імпорتنих операцій та порядок їх виконання і регулювання зі сторони держави зафіксовано Митним Кодексом України. У статті 74 Митного кодексу України зазначається, що «... імпорт – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів, встановлених законами України на імпорт цих товарів, та виконання усіх необхідних митних формальностей випускаються для вільного обігу на митній території України» [1]. В той же час, в Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» під імпортом розуміється «... купівля (у тому числі з оплатою у не грошовій формі) українськими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності в іноземних суб'єктах господарської діяльності товарів з ввезенням або без ввезення цих товарів на територію України, включаючи купівлю товарів, призначених для власного споживання установами та організаціями України, розташованими за її межами» [2].

Імпортуючи довгострокові активи, на умовах зовнішньоекономічної поставки, резиденти України укладають із постачальниками-нерезидентами зовнішньоекономічні контракти, в яких обумовлюється інформація стосовно базисних умов по-



ставки: 1) найменування довгострокових активів; 2) порядок постачання необоротних активів; 3) ціна придбання активу; 4) порядок проведення оплати за імпортовані необоротні активи; 5) відповідальність сторін.

Зовнішньоекономічний контракт укладається підприємством-резидентом із зарубіжним партнером або його представником у простій письмовій формі, якщо інше не передбачено міжнародною угодою. Об'єкти необоротних активів, придбані за імпортомним контрактом зараховують на баланс за первісною вартістю. До первісної вартості, придбаних необоротних активів, в постачальника-нерезидента за грошові кошти, включаються такі витрати:

- суми, сплачені постачальнику-нерезиденту за придбанні необоротні активи;
- реєстраційні збори, державне мито та аналогічні платежі, що здійснюються в зв'язку з придбанням необоротних активів;
- суми ввізного мита;
- суми непрямих податків (які не відшкодовуються суб'єкту господарювання) у зв'язку з придбанням необоротних активів;
- витрати зі страхування ризиків, пов'язані із доставкою необоротних активів;
- витрати на транспортування, установку, монтаж, налагодження необоротних активів;
- інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням необоротних активів до стану, у якому вони зможуть використовуватися згідно з запланованою митою.

На нашу думку, до інших витрат, пов'язаних з імпортом довгострокових активів слід відносити послуги митного брокера, які пов'язані з придбанням імпортованих активів. У переліку витрат, що формують собівартість імпортованих довгострокових матеріальних активів, такі послуги безпосередньо не зазначені. Однак, їх можна віднести до інших витрат, безпосередньо пов'язаних з доведенням необоротних активів до стану, в якому вони придатні для використання в запланованих цілях. Зазначене пояснюється тим, що без митного оформлення об'єкт необоротних активів неможли-

во ввезти на митну територію України і використовувати в господарській діяльності. Якщо придбання або виготовлення необоротного активу передбачає наявність технічної документації, то витрати на її виготовлення є невід'ємною складовою первісної вартості придбаних активів. Адже, без технічної документації експлуатація необоротного активу неможлива.

Також, до первісної вартості імпортованих довгострокових активів включається збір до Пенсійного фонду, який сплачується при придбанні нерухомості або легкових автомобілів. Збір до Пенсійного фонду потрібно включати до первісної вартості таких об'єктів необоротних активів як інші витрати, безпосередньо пов'язані з доведенням необоротних активів до стану, в якому вони придатні для використання із запланованою метою. Через те, що нотаріальне посвідчення договору купівлі-продажу нерухомості виконується за умови сплати збору до Пенсійного фонду. Без сплати такого збору суб'єкт господарювання не зможе набути права власності на об'єкт нерухомості.

Формуючи первісну вартість імпортованих об'єктів необоротних активів також необхідно врахувати, яка подія відбулася першою, а саме: 1) імпорт об'єкта необоротних активів в рахунок наступної оплати постачальнику-нерезиденту; 2) перерахування попередньої оплати постачальнику-нерезиденту в рахунок наступного одержання об'єкта необоротних активів. Методика визначення курсових різниць за операціями, зумовленими імпортом необоротних активів наведена у таблиці 1.

Операції, пов'язанні із придбанням об'єктів необоротних активів відносяться до інвестиційної діяльності. Курсові різниці щодо монетарних статей про таку діяльність відображаються в складі інших доходів або витрат. Доходи, які виникли в наслідок перерахунку монетарної статті за доставку необоротних активів відображаються за кредитом субрахунка 744 «Дохід від не операційної курсової різниці». А витрати пов'язані з перерахунком монетарної статті за доставлені необоротні активи, відображається в складі інших витрат за дебетом субрахунка 974 «Втрати від неопераційних курсових різниць».

Порядок перерахунку вартості імпортованого необоротного активу

№ з/п	Подія	Курс перерахунку	Курсові різниці
1	2	3	4
1	Імпорт необоротного активу на умовах наступної оплати	Первісна вартість імпортованих необоротних активів визначається за курсом Національного Банку України на дату визнання їх активами	Утворена кредиторська заборгованість перед постачальником-нерезидентом є монетарною статтею балансу, а тому за нею виникають курсові різниці
2	Імпорт необоротного активу на умовах попередньої оплати	Суму здійсненої попередньої оплати відображають за курсом Національного Банку України, що діяв на дату перерахування оплати	Утворена дебіторська заборгованість постачальником-нерезидентом є номонетарною статтею балансу, а тому за нею курсові різниці не розраховуються

Вважаємо, що наведений порядок обліку курсових різниць не відповідає існуючій класифікації доходів і витрат. Адже, на наведених субрахунках відображаються курсові різниці, визнані від здійснення як інвестиційної, так і фінансової діяльності. Уважаємо за необхідне, курсові різниці, що визнані від наведених видів діяльності в обліку розмежувати та відображати на окремих субрахунках, зокрема: від фінансової діяльності на рахунках 73 «Інші фінансові доходи» та 95 «Фінансові витрати», а від інвестиційної – 74 «Інші доходи» й 97 «Інші витрати».

Таким чином, необоротні активи є особливим об'єктом обліку, через те, що займають значну частку в загальній сумі активів суб'єкта господарювання. Обрані методи обліку і оцінки необоротних активів суттєво впливають на фінансові показники

діяльності суб'єкта господарювання та на рівень податкового навантаження й ефективність прийняття управлінських рішень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Митний кодекс України: Закон України № 4495-VI від 13.03.2012 р.: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>
2. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII зі змінами і доповненнями: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>

Штефура С.

курсант 3-го курсу

Прикарпатського факультету

Національної академії внутрішніх справ

Науковий керівник:

доц. кафедри соціально-гуманітарних дисциплін

Прикарпатський факультет

Національна академія внутрішніх справ

Кандидат соціологічних наук

Пташник-Середюк О.І.

м. Івано-Франківськ

ПРИЧИНИ ДЕЛІНКВЕНТНОЇ ПОВЕДІНКИ В НЕПОВНОЛІТНІХ

В останні роки злочинність молодіє, значно підвищується кількість правопорушень скоєних неповнолітніми. Підлітковий вік – це один з найскладніших періодів розвитку людини. Діти знаходяться у періоді переходу від дитинства до дорослого життя, визначаються з напрямком майбутньої професії, вчать реалізовувати свій потенціал та формують свій власний життєвий стиль. У цьому віці у молодій людині постає проблема вибору цінностей, і допомогу у виборі стилю поведінки, здійснює сім'я.

В нашому суспільстві все зростає кількість неблагополучних сімей, які своїми помилками в вихованні, конфліктами та



аморальною поведінкою штовхають дитину до пошуку підтримки та розуміння в неформальних групах. Оскільки учні старших класів характеризуються підвищеною збудливістю, імпульсивністю та складністю в керуванні своїх емоцій, то часто діти стають членами кримінальних субкультур, в яких можна реалізувати та проявляти свої негативні емоції та почуття. Тому й виникає проблема делінквентної поведінки у молодіжному середовищі.

Тепер зазначимо, що делінквентна поведінка – це різновид девіантної поведінки, а також сукупність протиправних вчинків та злочинів, які не відповідають формально зафіксованим соціальним та юридичним нормам. А делінквент – це неповнолітня особа з соціальними відхиленнями у поведінці, яка здійснює вчинки, заборонені діючим законодавством та іншими нормативними актами. Це в основному психічно і фізично здоровий учень з певним негативним життєвим досвідом, нездоровими звичками та потребами, деформованими соціально-етичними знаннями, зіпсований неправильним вихованням чи асоціальним впливом певного середовища.

Серед науковців досі немає єдиного підходу до визначення сутності поняття “делінквентна поведінка”. У спеціальній літературі розглянутий термін використовується в різних значеннях.

В 1950-х р.р. А. Коеном, який розробив теорію делінквентних субкультур, було введено в науку поняття делінквентності. Він вважав, що аномія як ослаблення культурних норм, цінностей і соціальних взаємозв'язків веде до фрустрації і необхідності пошуку нових форм поведінки. У готовому вигляді ці форми вже є в делінквентна субкультури, орієнтованої на успіх. Однак у цій субкультурі зовсім інші, ніж у «великому» суспільстві, критерії успіху - дрібні крадіжки, агресивність, вандалізм в ній є нормальними засобами досягнення самоповаги і поваги з боку інших [2].

А ось А.Є. Личко під делінквентною поведінкою має на увазі дрібні громадські дії, що не тягнуть за собою кримінальної відповідальності: шкільні прогули, прилучення до асоціальної

групі, дрібне хуліганство, знуцання над слабкими і т.д., тобто провинність, схильність, психологічну тенденцію до правопорушення. Делінквентної поведінки розцінюються такі характеристики, як агресивність, брехливість, прогули школи, бродяжництво, крайнє непослух, ворожість до вчителів і батьків, жорстокість до молодших і тваринам, зухвалість і лихослів'я [3].

Але ми підтримуємо думку М. О. Чунусова, який вважає, що “делінквентна поведінка” – це поведінка, за якої неповнолітні здійснюють “протиправні вчинки”, які мають зовнішні ознаки “правопорушень”, але за які вони не можуть нести юридичну відповідальність, оскільки у них ще не настав стан юридичної “дієздатності” [4].

Схильність до правопорушень у підлітків зумовлена їхніми індивідуально-психологічними та соціальними особливостями. Відхилення у поведінці підлітків найчастіше пов'язані не з одним, а з кількома соціальними, індивідуальними факторами та їх комплексами.

Соціальні відхилення бувають:

1) корисливої орієнтації – це правопорушення, проступки, пов'язані з бажанням отримати матеріальну, грошову, майнову користь (крадіжки, пограбування, протекція);

2) агресивної орієнтації – це дії, спрямовані проти особистості (образа, хуліганство, побої);

3) соціально-пасивного типу – бажання самоусунутись від активного способу життя, ухилитись від виконання службових обов'язків, небажання вирішувати особисті та соціальні проблеми (ухилення від виконання посадових обов'язків, алкоголізм, наркоманія, токсикоманія, суїцид).

Делінквентна поведінка має складну природу, яка обумовлена найрізноманітнішими чинниками. В цей же час можна виділити декілька факторів ризику виникнення делінквентної поведінки в дітей:

1) соціально-економічний – зниження життєвого рівня населення, майнове розшарування суспільства, обмеження можливостей соціально схвалених способів заробітку, безробіття,



доступність алкоголю та тютюну;

2) соціально-педагогічний – криза інституту сім'ї, зростання кількості сімей із конфліктним та асоціальним стилем виховання, проблеми, пов'язані з навчанням, конфлікти з учителями, низький соціальний статус підлітка в учнівському колективі, слабка система позашкільної зайнятості дітей і молоді;

3) соціально-культурний – зниження морально-етичного рівня населення, поширення кримінальної субкультури, руйнація духовних цінностей, збільшення кількості неформальних молодіжних об'єднань, у яких домінує культ сили, пропаганда ЗМІ асоціальних стереотипів поведінки;

4) психологічний – акцентуації характеру, реакція емансипації, реакція групування, потяг до самоствердження, задоволення почуття цікавості, бажання виглядати дорослим, потреба змінити психічний стан у стресовій ситуації, інфантилізм, підвищений рівень тривожності;

5) біологічний – порушення роботи ферментативної та гормональної систем організму, вроджені психопатії, мінімальні мозкові дисфункції внаслідок органічного враження головного мозку, наслідки спадковості, вплив природного середовища.

Також можна виділити чинники, що пов'язані з сім'єю дитини, і призводять до її соціальної дезадаптації, а саме: 1) безпосереднє залучення дитини до кримінальної діяльності, виховання її у дусі асоціальних цінностей; 2) жорстоке поводження з дитиною, вчинення щодо неї насильницьких дій, жорсткі методи виховання; 3) недостатня увага з боку батьків до дитини, її виховання, задоволення її потреб, нехтування її інтересами; 4) відсутність у сім'ї матеріальних умов для повноцінного розвитку, життєдіяльності та виховання дитини; 5) доручення виховання дитини педагогічно некомпетентним особам (наприклад, старшим дітям), а також особам, що мають обмежені можливості щодо педагогічного впливу на дитину (особам похилого віку, сусідам, знайомим тощо); 6) перенесення дорослими на дитину агресії, спричиненої якимись іншими проблемами; 7) залучення дитини до конфліктів між батьками, конкуренція між

ними через дитину, атмосфера емоційного напруження, взаємної неприязні; 8) неадекватний стиль виховання та порушення педагогічної позиції батьків у благополучних сім'ях (гіперпротекція, гіпопротекція, емоційне нехтування дитиною тощо) [1].

Отже, делінквентна поведінка – це поведінка, за якої неповнолітні здійснюють протиправні вчинки, які мають зовнішні ознаки правопорушень, але за які вони не можуть нести юридичну відповідальність, оскільки у них не настав стан юридичної дієздатності. Суб'єктами делінквентної поведінки є особи молодого віку, що пояснюється психофізіологічними змінами в їхньому організмі. Природа делінквентної поведінки підлітків є дуже складною та багатогранною. А основними чинниками, що зумовлюють розвиток делінквентної поведінки неповнолітніх, є соціально-економічні, соціально-педагогічні, соціально-культурні, психологічні та біологічні. Найбільш досліджуваними та, відповідно, найбільш важливими з них автори вважають соціально-педагогічні чинники, зокрема вплив сімейного клімату та виховання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Делінквентна поведінка як вид девіантної поведінки дітей та молоді. Лекція №2. URL: <https://pedagogy.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/05/%D0%9B%D0%B5%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F-2-%D0%A1%D0%9F%D0%9F%D0%94%D0%9F.pdf>. (дата звернення: 18.06.2021).
2. Коен А. Исследование проблем социальной дезорганизации и отклоняющегося поведения. *Социология сегодня*. М., 1965. с. 520.
3. Личко А.Е. Психопатии и акцентуации характера у подростков. Л.: Медицина, 1977; изд. 2–е доп. и перераб., Л.: Медицина, 1983.
4. Чуносков М. О. Класифікація видів делінквентної поведінки як теоретична проблема. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2013. № 11. С. 158–161.



Бажан О.О.

студентка групи Юс-2021-2

Науковий керівник:

Циганюк В.М.

викладач кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ДІАЛЕКТИЗМІВ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕКЛАДУ ТЕОДОСІЯ БОРЕЦЬКОГО ІСТОРИЧНОЇ ПОВІСТІ ІВАНА ФРАНКА «ЗАХАР БЕРКУТ»)

У сучасних умовах розвитку перекладацької діяльності для спеціалістів з'являється все більше проблем, які пов'язані, в першу чергу, з особливостями національних мов, які часто кардинально відрізняються від літературних мовних норм. Однією з подібних перешкод є переклад діалектів з однієї мови на іншу. Це пов'язано зі складністю передачі конкретних звуків та усталених висловів, що часто унеможлиблює створення цілком відповідного до оригіналу та логічно складеного перекладу.

Актуальність теми зумовлена тим, що сьогодні кожному компетентному перекладознавцю важливо правильно розтлумачити конкретні значення подібних мовних одиниць, щоб передати всі думки, емоції та бажання автора, які він утілює у своїй говірці.

Метою дослідження є аналіз проблематики та рядів необхідних застосувань для перекладу діалектизмів.

Виклад основного матеріалу. Традиційно під діалектами розуміють територіальні діалекти. У сучасній українській мові виділяють три основні групи діалектів: північну, південно-західну та південно-східну.

Найголовнішими особливостями північних діалектів є:

1. Фонетичні:

а) збереження дзвінкої вимови приголосних у кінці слів і перед глухим приголосним (дуб, колодез, казка);

б) ствердіння [p] у кінці слова та в деяких інших позиціях (базар, зора, вечерат);

в) тверда вимова [ц] (хлопец, серца);

2. Морфологічні:

а) в інфінітиві переважає суфікс -т'-, рідко вживаються форми на -ти [робит', брат', пуіти'].

3. Лексичні:

а) наявні обласні (вузьколокальні) слова: кияхи (кукурудза), вилка (рогач), вихолка (гойдалка), утва (качки), валка (череда) та ін.

До найголовніших особливостей південно-західних діалектів можна віднести:

1. Фонетичні:

а) перехід давніх [o], [e] в новоутворених закритих складах в [i] (віл, кінь, піч, осінь);

б) вимова ненаголошеного [o] з наближенням до [y] (чоулов'ік, соуб'і).

2. Морфологічні:

а) поширення флексій -ови, -еви в давальному відмінку однини іменників II відміни (братови, коньови, коневи);

б) поширення флексії -ом на м'яку і мішану групи іменників II відміни (хлопцом, коньом).

3. Лексичні:

а) наявні в говірках вузькодіалектні слова: кліть (комора), неньо (батько); багато засвоєнь з інших мов: гречний (чемний) – з польської; сарака (бідний, нещасний) – з румунської; маржина (худоба) – з угорської.

Особливості південно-східних діалектів такі:

1. Фонетичні:

а) змішування у вимові ненаголошених [e] та [и] (сеило, беирут', жиевут'); ненаголошений [o] «звужується» перед складом з наголошеним [y] або [i] (коужух, тоубі).

2. Морфологічні:

а) вживання дієслів II дієвідміни з закінченням -е, властиве дієсловам I дієвідміни (ходе, робе, носе, воде, косе, замість ходить, робить, носить, водить, косить);

б) вживання стягнених форм 3-ї особи однини теперішнього часу (пита, дума, співа замість питає, думає, співає).

3. Лексичні:

а) локальні діалектизми досить рідкісні: бурта (горб, шпиль), ворочок (торбинка), жабуриння (водорості), утлий (кволий) [1].

Однак, варто згадати, що українська мова уособлює більшу різноманітність та синонімічність діалектів, що значно ускладнює переклад таких слів на англійську.

Візьмемо, до прикладу, слово «сокира», діалектизмом якого є слово-«балта», що і означає сокиру в українському понятті. Однак, при перекладі англійською слова «балта» ми одержимо відповідник «bolt», що означає в перекладі українською «вистрілити, замикати». Тобто при перекладі речення зі словом «балта» в прямому сенсі ми б втрачаємо сенс речення [4].

У таких запутаних та суперечливих випадках перекладознавці використовують різні способи перекладу діалектизмів.

Розглянемо деякі засоби перекладу українських діалектизмів англійською мовою:

1. Діалектизм у наративному тексті перекладається літературним еквівалентом [3].

«Він зійшов із скосогору і наближався до греблі» – *«He walked down the slope and approached the dam»*.

2. Діалектизм у прямій мові переданий літературним еквівалентом; водночас спостерігається стилістично маркований непрямої порядок слів, який виражається у використанні прислівника в безпосередній препозиції щодо смислового дієслова [3].

«Зрештою, ми вам дамо змогу втекти й ручимось, що не будемо доганяти.» – *«Finally, we will allow you to escape and we guarantee not to catch up you.»*

3. Діалектизм передається за допомогою транслітерації літературного відповідника з подальшим коментарем у глосарії [3].

«Він... сидів на призьбі та й думає» – *«He... sat down on the przyzba to think»*.

Найчастіше перекладачі вдаються до використання літера-

турного еквіваленту, тож втрачене стилістичне навантаження частково компенсується за допомогою типових для мови перекладу засобів художньої виразності, крім того, враховується додаткова конотація, як-от позначення діалектизмом реалій.

Однак, незважаючи на таку кількість способів для розтлумачення українських діалектів англійською мовою, є надзвичайно багато вітчизняних художніх творів, які навіть найстратегічніший перекладознавець не зможе перекласти без лєвової частки втраченого сенсу та посилу діалектичного тексту [3].

Одним з найкращих прикладів такого твору є історична повість Івана Франка «Захар Беркут». Повість є унікальною, адже автор, намагаючись якнайточніше зобразити Україну часів Київської Русі, використав безліч слів, які не лише відтворюють тогочасні реалії, а дають можливість стати на мить хоробрим жителем села Тухля, яке знаходиться на Закарпатті.

У історичній повісті «Захар Беркут» Іван Франко використав різноманітні діалектні слова. Наприклад, митець називає гірські стежки пляями, як прийнято в Карпатах, а швидкоплинні річки йменує потоками. Як бачимо, діалектні слова в повісті Франка допомагають читачам відчутти себе в певному проміжку історичного часу, на певній території.

Потрібно проаналізувати всю колоритність повісті Івана Франка, щоб побачити, як зменшується рівень українського після перекладу англійською. Наведемо приклад:

«...Тепер на полонині гейкають воларі, а в ярах і дебрях галюкають рубачі, трачі й гонтарі, ненастанно, мов невмирущий черв, підгризаючи та підтинаючи красу тухольських гір.» [5]. Бачимо яскраво виражені діалекти, уява і справді розгорається, немов сірник.

А ось цей же фрагмент перекладаний англійською мовою Теодосієм Борецьким:

«...Now upon the downs shout the cattle herdsmen and in the ravines and gullies halloo the woodcutters, sawers and shingle-makers, ceaselessly, like deathless worms eating and cutting away the beauty of the Tukholian mountain region.» [2].



Сенс речень залишився тим же, однак помітно змінився стиль написання та «настрій твору», і колоритність української діалектної мови після перекладу зовсім зникла.

Таким чином, можна стверджувати, що переклад українських діалектизмів англійською мовою найчастіше передбачає пошук літературних еквівалентів задля збереження стилістичного наповнення тексту.

Отже, у ході дослідження вдалось проаналізувати особливості перекладу діалектизмів англійською мовою на основі перекладу історичної повісті Івана Франка «Захар Беркут». Опрацьовуючи деякі перекладацькі стратегії, було окреслено низку способів для коректного відображення діалектизмів. Сьогодні справді перспективним є вивчення особливостей перекладу українських діалектизмів англійською, адже мови стають все повнозначніші, бо щодня з'являються нові сталі вирази, які складніші в тлумаченні. Перспективи подальшого дослідження цієї тематики полягають у визначенні основних проблем, з якими стикаються перекладознавці під час перекладу українських діалектизмів англійською мовою. Також вартою подальших аналізів є тема нових методів та способів перекладу діалектизмів у сучасному перекладознавстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Шахбагова Дж. Фонетичні особливості вимовних варіантів англійської мови. Мінськ, 1982. 128 с.
2. Борецький Т. *Zakhar Berkut*. Нью-Йорк, 1944. 182 с.
3. Верба Л. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Київ : Нова Книга, 2004. 248 с.
4. Комісаров В. Теорія перекладу (лінгвістичні аспекти) : навч. посіб. Миколаїв: Вища школа, 1991. 253 с.
5. Франко І. Захар Беркут. Львів : Товариство ім. Шевченка, 1883. 184 с.



Гуменюк О. Г.

студентка групи Фіلس-2020-2

Науковий керівник:

Цимбаліста Л. Р.

ст. викл. кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ВПЛИВ КЛАСИЧНОЇ МУЗИКИ НА ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

Навчання – це невід’ємна складова розвитку людини. Людина вчиться впродовж усього життя, і ця тенденція зараз набула назви «безперервна освіта» (*continuing education*). Процес навчання складається із отримання, обробки та переосмислення інформації, за цим слідує запам’ятовування із збереженням у довготривалій пам’яті. Вивчення іноземної мови тренує використання обидвох півкуль головного мозку, що згодом дозволяє в цілому вчитися ефективніше.

Найперше, вивчення іноземної мови розпочинається із звукового і розпізнавального аспекту. Пізніше, коли студент уже на стадії розуміння багатьох елементарних фраз чи речень, можна починати вивчати граматичні теми та вчитися читати за правилами. Будь-яка іноземна мова сприймається спершу на слух. Існує твердження, що музика, яку ми сприймаємо аналогічно, може впливати на навчання [2]. Саме цій темі присвячена ця наукова розвідка.

Перші дослідження стосовно впливу музики на людину почали робити лікарі ще у 1950-х рр. Вони почали помічати позитивну динаміку пацієнтів, коли ті слухали музику. Під час вивчення іноземної мови важливо слухати пісні виконавців, мову якої вчить студент. Це дозволяє запам’ятовувати слова та фрази, не прикладаючи значних зусиль, адже вивчення мови під час слухання музики вважається пасивним навчанням. А отже нейрони мають сильнішу здатність створити нейронні зв’язки у потрібній області головного мозку. Натомість ці нейронні зв’яз-



ки зберігаються спочатку лише в короткотривалій пам'яті, але якщо цю ж пісню послухати декілька днів підряд, пізніше повернутись до неї за деякий час, то інформація і потрібні слова запам'ятаються і перенесуться у довготривалу пам'ять.

Нейромузикологія – це галузь знань, яка вивчає вплив музики на людський мозок. До мозку музика потрапляє через внутрішнє вухо і посилає свої імпульси до різних частин головного мозку, а особливо до тих частин, котрі відповідають за когнітивну функцію [1; 3]. Когнітивна функція мозку відповідає на пізнання, розуміння, сприймання і переробку зовнішньої інформації, яка поступає до мозку із зовнішнього світу.

Жовнірук А. ділить студентське навчання на три основні аспекти: інтелектуальна робота, зокрема, розвиток пам'яті, уваги, мислення, мовлення, емоцій. Учений також велику увагу приділяє мотивації і вважає, що саме музика впливає на мотивацію залежить від музики [1]. Це допомагає студентам працювати над собою та вдосконалюватися.

Класична музика дозволяє мозку людини зосередитися над поставленим завданням. Дон Кейт із Університету Ліберті у своєму дослідженні дійшов висновку, що класична музика допомагає студентам навчатися. Класична музика запускає рух двох півкуль головного мозку людини, і інформація, яку потрібно вивчити, набагато швидше запам'ятовується [4; 2]. Дон Кейт провів опитування для своїх студентів, і дійшов висновку: ті студенти, котрі слухали класичну музику протягом підготовки до уроків, в результаті мають вищий середній бал, аніж ті, хто під час навчання слухали реп або інші рухливі пісні зі словами.

Вінод Менон та Девараджан Шрідхаран очолили дослідницьку групу, яка використовувала функціональні зображення МРТ для аналізу моделей активності мозку у відповідь на музику. Вони зібрали еkleктичну команду дослідників зі Стенфорда, яка записала зображення мозку людей, які слухають музику бароко XVIII ст., даючи цінне уявлення про те, як мозок упорядковує хаотичний світ навколо нього. Команда, включаючи дослідників Медичного факультету

та Музичного факультету, показала, що музика зачіпає ділянки мозку, які займаються приділенням уваги, прогнозуванням та оновленням пам'яті про події. Пік активності мозку припав на короткий період мовчання між музичними рухами, коли, здавалося б, нічого не відбувалося.

Крім розуміння процесу прослуховування музики, їх робота має далекосяжні наслідки для усвідомлення того, як людський мозок впорядковує події в цілому. Їхні результати були опубліковані в журналі *Neuron*. Метою дослідження було подивитися, як мозок впорядковує події, але дослідження також показало, що музичні прийоми, які використовували композитори 200 років тому, допомагають мозку організувати інформацію, котра надходить до нього.

«Наприклад, під час концерту люди слухають музичний твір, і їхня увага блукає, але в момент переходів їх увага затримується», – сказав старший автор статті, доктор філософії, доктор психологічних, поведінкових та нейронаук Вінод Менон [3].

З цього фундаментального дослідження вчені дійшли висновку, що динамічні зміни, які спостерігаються при скануванні МРТ, відображають еволюційні реакції мозку на різні фази симфонії. Зміна події – перехід музичного руху, який сигналізується припиненням одного руху, короткою паузою, після чого починається новий рух, котрий активує першу мережу, яка називається центральною фронтально-часовою мережею. Потім друга мережа, дорсальна лобно-тім'яна, звертає увагу на зміни та, оновлює робочу пам'ять після початку наступної події.

Можна зробити висновок, що класична музика має неабиякий потенціал для впливу на розвиток та навчання студентів. Це працює на підсвідомому рівні, і мозок регулює цю діяльність без свідомого контролю з боку людини. Вищезгадані дослідження показують, що прослуховування класичної музики під час навчання стимулює мозок працювати краще та допомагає зосередитися на завданнях. Ця інформація може бути корисною не лише для студентів, а й усіх тих, хто займається вивченням іноземних мов.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Штокало О. Вплив музики на пам'ять та метапам'ять студентів. *Науковий блог Острозької академії*. 2012. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2012/vplyv-muzyky-na-pamyat-ta-metapamyat-studentiv/>.
2. Weinberger N. Music And The Brain. *SCIENTIFIC AMERICAN*. September 1, 2006. URL: <https://www.scientificamerican.com/article/music-and-the-brain-2006-09/>.
3. Baker M. Music moves brain to pay attention, organize events. *Stanford News*. August 8, 2007. URL: <https://news.stanford.edu/news/2007/august8/med-music-080807.html>.
4. Kent D. The Effect of Music on the Human Body and Mind. Liberty University, 2006. URL: <https://digitalcommons.liberty.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1162&context=honors>.

Грималюк М. В.

студентка групи Філіс-2020-2

Науковий керівник:

Мануляк М. С.

ст. викл. кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ТИПОЛОГІЯ ПЕРЕКЛАДІВ У СВІТЛІ СУЧАСНОЇ ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ТРАДИЦІЇ

Переклад – один із найважливіших шляхів взаємодії національних культур, тобто дієвий спосіб міжкультурної комунікації. Існує також семантичне та функціональне тлумачення перекладу. За визначенням Ю. Найди, “переклад – це один з видів мовної діяльності, що зводиться до процесу передачі думок, висловлених однією мовою засобами іншої”. Розглядаючи переклад як вторинну білінгвальну текстову діяльність у міжмовній і міжкультурній комунікації, слідом за С. А. Корольковою, можемо виокремити в структурі фахової компетентності



майбутнього перекладача текстотипологічну компетенцію.

Знання, навички і вміння цієї компетенції поєднують у собі риси білінгвальних (власне перекладацьких) компонентів, оскільки їх формування, як зазначає С. А. Королькова, орієнтоване на поповнення когнітивного багажу майбутнього перекладача, максимально великою кількістю моделей текстів як мовою оригіналу, так і мовою перекладу, формування вмінь визначати тип тексту за домінуючим видом інформації. Крім того, ця компетенція передбачає розвиток уміння продукувати мовою перекладу вторинні тексти відповідних жанрів.

Переклад посідає особливе місце у літературному процесі. Кожен вид літератури послуговується певним видом перекладу [4, с. 425]. Зокрема, художня література послуговується художнім перекладом. Це один з яскравих проявів міжлітературної та міжкультурної взаємодії. Фактично, переклад є основною частиною літературного процесу, оскільки виступає посередником між літературами, без нього неможливо було б говорити про міжлітературний процес у всій його повноті.

Незважаючи на стрімке зростання популярності англійської мови в Україні та підвищення рівня володіння нею, суспільний попит на переклади з англійської зростає, вони продовжують відігравати роль одного з найважливіших джерел поповнення наших знань та інструменту розвитку міжкультурних контактів.

Варто зазначити, що при перекладі з однієї мови іншою, ключовою є необхідність враховувати дію одних і тих самих логіко-семантичних факторів задля забезпечення смислового змісту тексту, але при цьому варто

також зберегти його стилістичні, експресивні та інші особливості відповідно до норм даної мови [5, с. 286].

Існують такі види перекладу:

1) Письмовий. Це такий вид перекладу, у якому мовні твори, що об'єднуються актом міжмовного спілкування (оригінал та текст перекладу), виступають в процесі перекладу у вигляді фіксованих текстів, до яких перекладач може неодноразово звертатися.



Буває як такий, що здійснений людиною, так і машинний. Він також поділяється функціонально – на художній та спеціальний.

Художній переклад – особливий вид перекладу, оскільки його завданням є не точна передача змісту, а відображення думок і почуттів автора прозового і поетичного першотвору за допомогою іншої мови, власне перевтілення його образів у матеріал іншої мови [3, с. 578].

Спеціальний переклад передбачає переклад текстів, основна функція яких – повідомлення якоїсь інформації, а не художньо-естетичний вплив на читача.

2) Усний. У цьому випадку, увага перекладача до тексту має бути максимальною. На відміну від письмового перекладача, який декілька разів може повертатися до тексту, аналізувати його суть і особливості, шукати необхідну інформацію в інтернет ресурсах та фаховій літературі, усний перекладач сприймає текст оригіналу лише один раз.

Усний переклад поділяється на синхронний та послідовний переклад.

Під час здійснення синхронного перекладу перекладач працює в спеціально обладнаному приміщенні та використовує наступні технічні засоби: навушники, мікрофон, пульт з перемикачами.

Послідовний переклад передбачає, що носій мови час від часу робить у промові паузи, необхідні перекладачеві, для озвучення перекладу.

Важливою передумовою якісного здійснення послідовного перекладу є здатність запам'ятовувати значну кількість інформації, а оскільки обсяг пам'яті є обмеженим, то невід'ємним компонентом перекладача є формування умінь скороченого запису.

Варто погодитися з думкою Г. Гейда, що комунікативні компетентності, пов'язані із вмінням вести усний переклад послідовного та синхронного характеру, будуються на поєднанні трьох основних комунікативних площин, серед яких:

1) пізнання: знання елементів/структур культури іншого

народу, подібностей та відмінностей між рідною та іноземною культурами;

2) сприйняття: формування суспільної відповідальності, толерантності у ставленні до інших культур, розвитку перекладача як особистості;

3) лінгвістики: володіння засобами іноземної мови.

Будь-який переклад є перед усім інтерпретацією, а будь-яка інтерпретація має на меті подолати відстань, дистанцію між людьми, незважаючи на мови, якими вони спілкуються та країни, в яких проживають. Типологізація перекладів дозволяє робити це якісніше та адаптовано до вимог часу та суспільства, оскільки саме типологія перекладу найкраще відображає сутність підходу до перекладацького процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Зорівчак Р. П. Реалія в художньому мовленні; перекладознавчий аспект. – Львів: Іноземна філологія, 1994. – 286 с. веб-сайт. URL: <http://biography.nbuv.gov.ua/data/data/bibliogr/1720.pdf>

2. Кияк Т. Р. Фахові мови як новий напрям лінгвістичного дослідження [Електронний ресурс] / Т. Р. Кияк. – URL: <http://reposit.nupr.edu.ua/bitstream/PoltNTU/374320Типологія%20текстів.pdf>

3. Карабан В. Теорія і практика перекладу з української мови на англійську мову. – Вінниця: ПТО, 2001. – 578 с. URL: http://pdf.lib.vntu.edu.ua/books/Karaban_2004_576.pdf.

4. Черноватий Л.М. Методика викладання перекладу як спеціальності : підручник, для студ. вищ. заклад. освіти за спеціальністю – переклад. URL: <https://nk.in.ua/pdf/1134r.pdf>.

5. Newmark P. Approaches to Translation. – Oxford; New York: Pergamon Press, 1981. – 200 p. URL: <https://www.worldcat.org/title/approaches-to-translation/oclc/6813775>.

6. Sukhareva, S. (2021). Синхронний і послідовний переклад: особливості викладання дисципліни. Волинь. веб-сайт. URL: <https://volyntext.vnu.edu.ua/index.php/volyntext/article/view/949>.



Деркач Н.С.

студентка групи Філіс-2018

Науковий керівник:

Гасюк Н.В.,

доцент кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ПЕРЕКЛАД БЕЗЕКВІВАЛЕНТНОЇ ЛЕКСИКИ

Проблемою перекладу безеквівалентної лексики займалися такі вчені, як Л.Щерба, М. Бажан, Т.Р.Левицька, А.В.Суперанська та інші. Але, незважаючи на значну кількість праць щодо вивчення безеквівалентної лексики, проблема досі залишається не повністю дослідженою. Аналіз показав, що складність полягає у правильному виборі методу перекладу. У дослідженні автори спиралися на класифікацію Бархударова, який виділяє такі методи: транскрипція і транслітерація, калькування, описовий переклад, наближений переклад і лексичні трансформації, які включають додавання, вилучення, заміну та контекстуальну заміну (конкретизацію, генералізацію та антонімічний переклад).

Об'єкт дослідження: специфіка перекладу безеквівалентної лексики.

Мета: визначити поняття «безеквівалентна лексика»; виявити та проаналізувати в тексті переклад безеквівалентної лексики.

Перекладач обирає той чи інший прийом, опираючись на свій перекладацький інстинкт, покладаючись на отримані знання та накопичений в процесі роботи досвід, тому вирішальне слово, незалежно від теоретичних досліджень, в більшості випадків залишається за перекладачем–практиком. Не дивлячись на велику кількість літератури, проблема перекладу реалій постає дуже гостро. На сьогоднішній день існує дуже мало наукових праць про відтворення національно специфічних реалій в українських перекладах. Тому слід докласти багато зусиль для вирішення цієї проблеми, щоб переклади з іноземної мови були

чіткими та відповідними, без так званих «білих плям». Ми бачимо, що відсутність прямих еквівалентів певних розрядів лексичних одиниць у словниковому складі іншої мови ніяк не означає, що вони не перекладаються на ту чи іншу мову. У розпорядженні перекладача є досить багато засобів, які дають можливість передати значення вихідної словникової одиниці в мові, в конкретному тексті.

Безеквівалентна лексика - це слова, які неможливо перекласти за допомогою простого перекладу. Термін «безеквівалентна лексика» використовується, якщо відповідність будь-якого лексичного елемента однієї мови відсутня в лексиці іншої мови. Але ми не можемо трактувати цей термін як “неможливість перекладу” лексики, адже кожна мова може передати будь-яке значення: відсутність конкретного позначення для деяких понять однієї мови у словнику іншої не означає нездатність передачі цього поняття іншою мовою. Безеквівалентна лексика відноситься до іноземних слів і фраз, які представляють собою об’єкти, процеси та інші реалії життя, що на даному конкретному етапі розвитку цільової мови не мають у ній еквівалентів [1, с. 58].

Безеквівалентну лексику можна визначати за допомогою таких прийомів:

1) переклад (безеквівалентна як національно маркована лексика, яка належить до групи, що не має відповідників у інших мовах);

2) експеримент (наприклад, під час проведення психолінгвістичного експерименту до поля слів-реакцій на певне слово-стимул потрапляють одиниці, що мають національно-культурні елементи значень) [2, с. 64].

Безеквівалентні лексичні одиниці, на думку російського дослідника Латишева Лева Константиновича, поділяються на чотири групи:

1. слова-реалії;
2. тимчасові безеквівалентні одиниці;
3. випадкові безеквівалентні одиниці;



4. структурні екзотизми.

Є дві основні проблеми, з якими перекладач зазвичай стикається під час перекладу:

1) відсутність в мові перекладу відповідного слова (еквівалента, аналога) через відсутність у носіїв цієї мови об'єкта (референта), що позначається реалією;

2) необхідність, разом з видимим значенням (семантикою) реалії, передати колорит (конотацію) - її національне і історичне забарвлення.

Розглянемо, які існують способи перекладу. Власні назви українською мовою передаються за допомогою транскрипції, транслітерації, калькування або поєднання цих способів. При транскрипції слово пишеться буквами кирилиці, при цьому перекладач орієнтується на точну відповідність звучанню слова мовою оригіналу. Через відмінності деяких звуків в українській та англійській мовах зазвичай існує декілька варіантів транскрипції.

Підходять зазвичай ті варіанти, які ближчі правилам української мови. Транскрипції підлягають різні власні назви (імена та прізвища людей, назви географічних об'єктів, небесних тіл, установ, організацій, морських і річкових судів, фірм, готелів, ресторанів, газет, журналів, сценічних постановок і так далі) [3].

Власні назви українських народів та прізвищ зазвичай передаються на основі їх фонемноорфографічної структури, тобто транскрибуються: Віра – Vira; Петро – Petro; Іван – Ivan. Тим не менш, далеко не всі українські імена можуть бути перекладені буквально. Це тому, що деякі з наших голосних та приголосних не мають еквівалентних звуків / фонем в англійській мові і повинні бути замінені приблизно на аналогічні звуки. Серед цих українських звуків і звукових комбінацій, насамперед, ті, що утворені за допомогою літер або поєднання літер і, ї, й, й, я, ю, є, або частково через літери ж, щ, х, ч, ч і палаталізовані приголосні [4].

Транслітерація – це формальне відтворення початкової лексичної одиниці за допомогою алфавіту мови перекладу;

буквена імітація форми початкового слова. Транслітерацію застосовують тоді, коли мови користуються різними графічними системами (наприклад, англійська, українська), але літери (чи графічні одиниці) цих мов можна поставити в якусь відповідність одна одній, і згідно з цими відповідностями відбувається міжмовна передача власних назв. Власні імена англійської мови транскрибуються та транслітеруються (або частково перекладені та частково транслітеровані) українською мовою.

Незалежно від значних відмінностей між системами фонем двох мов, ряд власних імен англійською мовою перекладаються українською лише шляхом транслітерації: Barbara - Барбара; Rita - Ріта. Певні англійські власні назви транслітеруються шляхом пропуску або додаванням однієї або двох літер українською мовою: McDonald's – Макдональдс; Jupiter – Юпітер.

Транспозиція полягає в тому, що власні назви в різних мовах, що розрізняються за формою, але мають загальне лінгвістичне походження, використовуються для передачі один одного. При транспозиції, слово або частина оригінального слова передається в українській мові з використанням тих ж самих лексичних засобів, які використовуються у вихідній мові. Зазвичай, використовуються варіанти імен, висхідні до імен-прототипів (біблейських, латинських або грецьких).

Калькування – це спосіб перекладу лексичної одиниці оригіналу шляхом заміни її складових частин (морфем або слів) їх лексичними відповідниками у мові перекладу. Калькуванню зазвичай піддаються терміни, широко вживані слова та словосполучення: Supreme Court – Верховний Суд; назви художніх творів: Northern Lights – «Північне сяйво». Прізвиська людей (особливо королів, королев, князів, принцес, царів та цариць) майже завжди перекладається незалежно від мови, з якої вони походять: King Richard the Lionheart – король Річард Левине серце; Князь Ярослав Мудрий – Prince Yaroslav the Wise. Географічні назви гір, озер, морів тощо передаються шляхом калькування, якщо до них входять компоненти, що перекладаються: Ivory Coast – Берег Слонової Кості, the Black Sea – Чорне море.



Висновки. Отож, під безеквівалентною лексикою ми розуміємо слова, що служать для вираження понять, відсутніх в іншій культурі і в іншій мові, слова, що відносяться до приватних культурних елементів, тобто до культурних елементів, характерних тільки для культури одного народу, але відсутніх в культурі іншого. А також слова, що не мають перекладу на іншу мову, одним словом, не мають еквівалентів за межами мови, до якої вони належать. Характерною рисою безеквівалентних слів є неможливість їх перекладу на інші мови за допомогою постійної відповідності, їх неспіввіднесеність з деякими словами іншої мови. Ставимо собі за мету проаналізувати специфіку перекладу безеквівалентної лексики у творі «Око світу» Джордана у наших наступних дослідженнях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бархударов Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. Москва: Междунар. отношения, 1975. 240 с.
2. Волошина А. Безеквівалентна лексика близькоспоріднених мов: проблема семантичної структури // Наукові записки. Випуск XXVI. Серія: Філологічні науки (мовознавство). Кіровоград: РВЦ КДПУ ім. В. Винниченка, 2000. С. 56-64.
3. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця: Нова книга, 2004. 576 с.
4. Lexicological aspects of translation methods and ways of translating various proper names. URL: <https://www.academia.edu/8243768/>



Дяків Н.І.

студентка групи Філіс - 2018

Науковий керівник:

Гасюк Н.В.

доцент кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

АНТОНІМІЧНИЙ ПЕРЕКЛАД

Дуже часто при перекладі художніх чи будь-яких інших текстів виникають проблеми, які унеможливають дослівний переклад. У таких випадках перекладачі застосовують прийоми, що відомі у перекладознавстві як граматичні та лексичні трансформації. Важливу роль серед яких відіграє один з видів лексичних трансформацій, а саме антонімічний переклад. Антонімічний переклад, який є за своєю суттю крайньою точкою прийому змістового розвитку, являє собою заміну певного поняття протилежним поняттям в перекладі з відповідною перебудовою всього вислову для збереження змісту [4, с. 54].

Об'єктом дослідження є антонімічний переклад як вид лексичної трансформації.

Основною метою тез є розкриття суті поняття антонімічного перекладу та підбір ілюстративних прикладів вживання такого прийому.

Виклад основного матеріалу. Перекладачі вживають лексичні трансформації тоді, коли переклад тексту оригіналу дослівно без втрати сенсу деяких його частин неможливий, або тоді коли потрібно дотримуватись правил мови перекладу. Лексичні трансформації дозволяють перекладачу побудувати текст при перекладі правильно, відповідно до всіх правил мови, і передати максимально точно зміст тексту.

Антонімічний переклад – це вид лексичної трансформації, який полягає в тому, що перекладач заміняє слово чи фразу з оригінального тексту на слово чи фразу яка має протилежну форму у мові перекладу, але зміст тексту залишається таким самим.



Дуже часто при використанні цього способу заперечення замінюється в перекладі на ствердження або навпаки. По суті, термін “антонімічний переклад”, який зустрічається у перекладознавчій літературі є неточним, оскільки слова, що перекладаються, не замінюються на антонім у мові перекладу, а змінюють лише форму на протилежну, тоді як його зміст, значення залишається без особливих змін [1, с. 291]. Тому для позначення зазначеного способу перекладу краще використовувати термін “формальна негативація”, в якому підкреслюється саме зміна форми слова або словосполучення і не йдеться про антонімічність як таку, що пов’язана зі зміною змісту на протилежний. Означена трансформація представлено трьома видами:

- негативація (слово або словосполучення без формально вираженої суфіксом або часткою заперечувальної семи замінюється у перекладі на слово з префіксом не- або словосполученням з часткою не, наприклад, to continue- не зупинятися, small-невеликий, to ignore- не помічати)

- позитивація (слово або словосполучення з формально вираженою заперечувальною семою замінюється у перекладі на слово або словосполучення, яке не містить формально вираженого негативного компонента, наприклад, unabbreviated-повний, unabolished- такий що залишається чинним, unallowed-заборонений)

- анулювання двох наявних у реченні негативних семантичних компонентів, наприклад, to not defuse- залишати із запальником(бомбу), not impossible- можливий) [1, с. 291].

Причиною використання антонімічного перекладу може бути асиметрія лексико-семантичних систем двох мов, наприклад: The dog nearly knocked him over (Dunnett). Собака ледь не збив Саймона з ніг (Даннет). У поданому прикладі слово, вжите в оригіналі у стверджувальній формі, при антонімічному перекладі має заперечну форму [5, с. 293]. Крайнім випадком такого способу перекладу як семантичний розвиток при перекладі слів і словосполучень є так званий “антонімічний” переклад коли форма слова або словосполучення змінюється на протилежну

позитивно або негативно, поки зміст одиниці що перекладається залишається в основному подібним [1, с. 291].

Наприклад: He didn't talk much [3, с. 189]. Здебільшого він відмовчувався.

Harry knew he ought to feel sorry that Mrs Figg had broken her leg, but it wasn't easy when he reminded himself it would be a whole year before he had to look at Tibbles, Snowy, Mr Paws and Tufty again [7, с. 22]. – Гаррі розумів, що негарно радіти з приводу зламанної ноги місіс Фіг, але стриматися було важко, бо він збагнув, що тепер лише через рік знову побачить знімки Мурчика, Білосніжки, Лапоньки і Марсика [6, с. 26].

Whitney, however, failed to profit from his invention. Однак Вітні нічого не заробив на своєму винаході [1, с. 292].

Recessive genetic diseases do not show up in children unless both parents are carrying a gene for that particular disease. Рецесивні генетичні хвороби виявляються у дітей, батьки яких є носіями гену тієї чи іншої хвороби [1, с. 292]

“At the age of one year old, Harry had somehow survived a curse from the greatest Dark sorcerer of all time, Lord Voldemort, whose name most witches and wizards still feared to speak” [9, с. 12]. “Коли Гаррі виповнився усього один рік, він якимось дивом вижив, коли його закляв наймогутніший у світі чорний чаклун – лорд Волдеморт. Це ім'я ще й досі майже ніхто з чарівників і чарівниць не наважувався вимовляти вголос” [8, с. 10].

He wanted to ask, “What are you?” but thought it would sound too rude, so instead he said, “Who are you?” [9, с. 19]. Він хотів запитати: «Що ти таке?», але подумав, що це звучатиме не вельми делікатно, і тому спитав:– Хто ти такий? [8, с. 17].

Висновки. Отже, у даному дослідженні ми розглянули поняття та приклади вживання такого виду лексичних трансформацій як антонімічний переклад. Ми з впевненістю можемо стверджувати, що антонімічний переклад досить часто вживається перекладачами, допомагає їм граматично правильно побудувати речення і передати точно значення вихідного тексту. Також варто пам'ятати, що не правильне застосування



антонімічного перекладу може змінити зміст певного тексту, тому вживати його потрібно саме в тих випадках, коли зробити правильний переклад іншим способом неможливо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі, лексичні, термінологічні та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця : Нова книга, 2004. 560 с
2. Моэм С. Острие бритвы: роман / С. Моэм ; на англ. яз. Москва: «Менеджер», 2004. 320 с
3. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика: Очерки лингвистической теории перевода. Международные отношения: 1974. 215 с.
4. Смоляна А. Компенсація та антонімічний переклад як засоби передачі комунікативної та стилістичної рівнозначності різномовних художніх та нехудожніх текстів / А. Смоляна // Лінгвістика. Випуск 10, Київ: 290-294с.
5. Роулінг Дж. К. Гаррі Поттер і філософський камінь [переклад з англійської В. Морозова] / К. Дж. Роулінг. Київ : Видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», 2012. 320 с.
6. Rowling J. K. Harry Potter and the Philosopher's Stone / J. K. Rowling. London: Bloomsbury Group, 1997. 224 p.
7. Роулінг Дж. К. Гаррі Поттер і таємна кімната [переклад з англійської В. Морозова] / К. Дж. Роулінг . Київ. : Видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА», 2002. 252 с.
8. Rowling J.K. Harry Potter and the Chamber of Secrets/ J.K. Rowling. London, 1998. 338 p.



Дронюк О. І.

студентка групи Юс-2021-1

Науковий керівник:

Циганюк В.М

викладач кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

СУЧАСНІ УСНІ ПЕРЕКЛАДИ: ВИМОГИ, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Актуальність теми дослідження обумовлена специфікою складності усного перекладу та зростаючою потребою лінгвістичного простору сьогодення у професійних перекладачах.

Мета дослідження: дати визначення поняттю сучасний усний переклад, окреслити його різновиди, проблеми та перспективи; визначити базові навички перекладача, який здійснює усний переклад.

Виклад основного матеріалу. Усний переклад є видом перекладу, при якому синхроніст має перекладати з мови, яку він сприймає на слух. Такий переклад вимагає швидкого мислення. Фактичне визначення даного явища було сформульовано лише в 1960-х рр. Одним словом, це переклад, який відображає сутність перекладацького процесу, оскільки в ньому синхроніст працює в режимі реального часу під високим тиском [1].

Метою усного перекладу є отримання повідомлення на одній мові і перетворення його на іншу.

До основних різновидів усного перекладу належать:

1. Абзацно-фразовий переклад та переклад супроводу. Працюючи з абзацно-фразовим перекладом, перекладач працює з двома та більше людьми, які розмовляють різними мовами. Абзацно-фразовий перекладач інтерпретує необхідний матеріал в обидві сторони.

Перекладач супроводу виконує ті самі функції, що і абзацно-фразовий перекладач, проте до його зобов'язань входить і його присутність поряд з роботодавцем в необхідному для



цього місяця. Це можуть бути бізнес-мандрівки, перемовини з міжнародними агенціями, побачення і т.д.

Основна мета абзацно-фразового перекладача – це владнати розуміння сторін, які можуть складатися з двох людей, або невеликої групи колег, що розмовляють різними мовами. Саме тому перекладач повинен бездоганно володіти обома мовами, з якими він працює. Не зважаючи на те, що деякі автори вважають абзацно-фразовий переклад різновидом послідовного перекладу, обидва типи мають свої особливості. Два найважливіші аспекти абзацно-фразового перекладу – це відсутність можливості ведення нотатків, а також здійснення перекладу у два напрямки [1].

Важливо зауважити, що абзацно-фразовий перекладач відіграє важливу роль у процесі ведення розмови. Йому надаються такі ж умови, як і для мовців: вони не використовують спеціального обладнання та повинні відтворювати всі невербальні процеси, зокрема мову жестів під час дискусії. Також для перекладача важливо ознайомитися зі стосунками між ораторами, оскільки у більшості випадків їхні повноваження значно різняться. Абзацно-фразовий перекладач завжди повинен пам'ятати про наслідки своїх дій, і, відповідно до обставин, дотримуватися кодексу поведінки та професійного етичного кодексу.

2. Переклад з аркуша – це унікальний процес, в якому поєднується як усний, який зосереджений на вербальній комунікації, так і письмовий переклад, який сфокусований на написаному тексті.

Переклад з аркуша характеризує собою читання тексту оригіналу перекладачем мовою перекладу синхронно, шляхом простого для аудиторії подання тексту.

Переклад з аркушу є корисним на зустрічах та конференціях з присутністю перекладача. Сьогодні такий вид перекладу найчастіше використовується під час судового процесу для оголошення показань свідка, або ж рішення судді.

Зазвичай, переклад з аркушу вважають кроком, який передує синхронному перекладу.

3. Послідовний переклад. У послідовному перекладі спікер виступає, або презентує доповідь рідною мовою, а перекладач передає ті самі слова мовою слухачів.

Доповідач час від часу зупиняє свою розмову для того, щоб перекладач міг виконати свою роботу. Тривалість доповіді оратора до паузи узгоджується до початку зустрічі, але зазвичай триває 3-5 хвилин. Перекладачеві необхідно записувати потрібну інформацію, яка дозволить зробити переклад точним.

4. Синхронний переклад – це одночасне відтворення мовлення тексту оригіналу, яке здійснюється одним або декількома спікерами, та одним або двома перекладачами мовою перекладу. Два перекладачі зазвичай працюють в окремих кабінках та перекладають, як команда, підмінюючи один одного кожні 25 хвилин [2].

Бувають випадки, коли цей вид одностороннього перекладу неможливий, оскільки є спікери декількох мов, відтак переклад здійснюється більш ніж однією мовою. У таких випадках використовується релейний (естафетний) переклад, коли переклад ведеться не з мови оригіналу, а інтерпретується іншою мовою, яка слугує сполучником мови оригіналу та мови перекладу. Мова, яка слугує посередником, називається інтерлінгвою.

Синхронний переклад використовується на конгресах, міжнародних подіях і т.д. Для здійснення якісного синхронного перекладу необхідне спеціальне обладнання: аудіо кабінки, навушники, мікрофони, монітори, та людина, яка відповідатиме за правильну координацію всіх процесів [3].

5. Переклад-нашіптування. У цьому типі інтерпретації кінцевий слухач наймає перекладача, який перекладає лише для нього, враховуючи, що рідна мова цього слухача відрізняється від мови решти слухачів у залі або на засіданні.

Як зрозуміло з назви, переклад проводиться одночасно і тихо, щоб не заважати іншим слухачам. Такий переклад використовується не часто і, як правило, для коротких презентацій. Він також відомий як переклад шушотажу.

Тому для того, щоб якісно перекладати, потрібно не просто



добре знати мову оригіналу, а відмінно володіти й мовою перекладу, адже без цього знання помітні або ж не дуже помітні деталі тексту будуть втрачені. І якщо перекладач не повністю розуміє мову перекладу, то не зможе достовірно перекласти інформацію.

Проблема також полягає в тому, що якщо ми не розмовляємо іноземною мовою, то схилиємося вважати, що той, хто нею володіє – робить це неперевершено. Однак, ці люди також можуть дуже її псувати або ж мати поверхневий рівень володіння. Однак цього недостатньо для того, щоб бути перекладачем. Насправді, тільки дуже маленька кількість людей може досягти високого рівня володіння мовою.

Крім того, професійний перекладач також обов'язково повинен мати конкретні особистісні риси. Перекладачі мають чудово розвинену увагу до нюансів, наполегливість, необхідну для вирішення перекладацької проблеми. Від природи вони дуже точні, організовані та всесторонньо розвинені. Хороші перекладачі є перфекціоністами і гордяться своїм професіоналізмом та якістю виконаних робіт.

Люди часто недооцінюють складні інтелектуальні процеси, які передбачає робота перекладача. По суті, перекладачі повинні вміти оперувати водночас значеннями, словниковим запасом, та різними граматичними структурами кожен раз, коли є необхідність працювати з будь-якою частиною усного перекладу.

Це доволі складне завдання – правильно передати значення та водночас сформулювати з нього речення, гарно організований текст, зрозумілу промову.

Отож, хороші перекладачі завжди слідують добре зарекомендованому надійному перекладацькому процесу, що включає в себе конкретні етапи самоконтролю та перевірки.

Справа в тому, що професійно підготовлений перекладач має вищезазначені навички, отриманні ще в період навчання. А той, хто не має професійної перекладацької підготовки, навряд чи матиме до цього хист від природи. Вони, більш вірогідно, недостатньо контролюватимуть якість роботи, що може спрово-

вокувати проблеми у вираженні думок [4].

Крім того, будь-яка людина, що володіє двома мовами, але не проходила конкретні перекладацькі тренінги, навряд чи стане хорошим перекладачем. Звичайно є виключення з правил – люди, які дійсно здібні та мають закладені необхідні навички самоконтролю.

Отже, синхронний переклад – це не черговий набір установлених прийомів і правил, а живе мистецтво, в якому всі елементи коригуються, видозмінюються і створюються заново. Під час дослідження, нам вдалось з'ясувати, які існують різновиди усного перекладу (абзацно-фразовий переклад, переклад з аркуша, послідовний переклад, синхронний переклад та переклад-нашіптування), їх основні аспекти та проблеми. Було доведено, що в будь-якій мові постійно виникають нові слова і вирази, а їх переклад часом вимагає чималої лінгвістичної винахідливості. Перспектива подальшого дослідження полягає в аналізі якості усного перекладу сьогодення, а також усних переговорів побутового формату.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гончаренко Э.П. К вопросу о переводе последовательном и синхронном (из личного опыта обучения и преподавания). URL: http://confcontact.com/2013_06_07/8_Goncharenko.html (дата звернення: 18.10.2021).
2. Brislin R.W. Transforum. Übersetzen und Dolmetschen. Berufsbilder im Wandel. Reutlinge: Doculine, 2006. N.Y., 1986. p. 18. URL: http://www.transforum.de/download/uebersetzen_und_dolmetschen.pdf (дата звернення: 18.10.2021).
3. Seleskovitch D. Interpretation, a Psychological approach to Translating / Ed. by R.W.Brislin. URL: <http://hera.ugr.es/doi/16520907.pdf> (дата звернення: 18.10.2021).
4. Translation skills all translators need. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=yQkniUv7PHQ&t=1> (дата звернення: 18.10.2021).



Іванишин К. В.

студентка 3 курсу філології

Науковий керівник:

Пуш О.М.

ст. викл. кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ, Україна

ОСНОВНІ ШЛЯХИ ПЕРЕКЛАДУ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Фразеологізми вважаються одними з найбільш специфічних і національно самобутніх одиниць будь якої мови. Вони відображають історію народу, своєрідність, його культуру, побут, традиції та уявлення людини про навколишній світ. Особливо часто фразеологізми використовуються в усному мовленні, а також в художній та політичній літературі. Різноманітні за своєю формою та значенням, стильовим забарвленням та образністю, фразеологізми викликають великий інтерес для перекладознавства. Проблему перекладу фразеологічних одиниць вивчали багато наукових діячів: В. Н. Телія, В. В. Виноградов, Н. М. Шанський, В. Н. Телія, Н. Н.Амосова. В. П. Жуков.

Переклад фразеологізмів – це особлива і найчастіша проблема, з якою стикаюся усі перекладачі. Фразеологізми на відміну від вільних словосполучень характеризуються сталістю складу. Той чи інший компонент фразеологізму не можна замінити близьким за значенням словом, тоді як вільні словосполучення легко допускають таку заміну. Замість: *a ladies' man* - *дамський угодник*, «*ловелас*» [1]. Якщо перекладати їх слово в слово, то зазвичай, це може спричинити зникнення атмосфери звичних читачу образів, тому фразеологізми найкраще розглядати як єдине семантичне ціле.

Труднощі перекладу англійських фразеологізмів українською мовою пов'язані не тільки з розбіжностями будови англійської та української мов, але й, насамперед, з особливим статусом фразеологічних одиниць, що переважно належать до

семантично неподільних виразів, у яких план змісту не збігається з планом вираження [2, с. 32]. Для якісного та адекватного перекладу фразеологізмів перекладачеві необхідно враховувати і передати всі компоненти, а саме: образний, наочний, емоційний, стилістичний і національно-етнічний. Науковці виділяють два основних шляхи перекладу стійких словосполучень: фразеологічний та нефразеологічний [3, с. 180]. Фразеологічний прийом – це переклад за допомогою еквівалента та аналога. Нефразеологічний прийом включає в себе: калькування, описовий переклад та контекстуальну заміну. Пропоную детальніше розглянути кожен із цих прийомів.

Фразеологічний еквівалент є одним із найкращих прийомів перекладу. Це використання відповідного фразеологізму в мові перекладу, він гарантує не лише передачу змісту, а й відтворення образності та експресивності виразу англійської мови. На жаль, повних еквівалентів не багато, оскільки носії англійської та української мов мають різний світогляд та культуру. Наприклад: *strike while the iron is hot* – куй залізо, поки гаряче; *there is no smoke without fire* – немає диму без вогню [4]. Часткові еквіваленти, також часто використовуються при перекладі. Значення фразеологізмів передаються за допомогою схожих за структурою і лексичним набором виразів. Наприклад: *to buy pig in a poke* – купити kota в мішку; *like a tired butterfly* – як сонна муха; *as flies to sugar* – як мухи на мед.

Фразеологічні аналоги – це використання в українській мові фразеологічних одиниць, які мають те саме значення, але які побудовані на іншому образі. Наприклад: *absence makes the heart grow fonder* – відстань посилює почуття; *ill news travels fast* – погані вісті не лежать на місці; *a friend in need is a friend indeed* – при горі та в лиху годину пізнаєш вірну людину [5, с.18].

Дослівний переклад (калькування). Іноді перекладач намагається скопіювати англійський образ і створити свою фразеологічну одиницю. Такий спосіб може бути застосований у тому випадку, якщо в результаті калькування отримаємо вираз, образність якого легко сприймається українським читачем і не ство-



рює враження непридатності загальноприйнятим нормам української мови: *one swallow does not make a summer* – *одна ластівка не робить літа*; *do the business* – *робити діло*. Хоча калькування свідчить про не досить високий рівень перекладу, Р. П. Зорівчак зауважує, що цей прийом є досить вагомим, тому що зберігає всю національну специфіку фразеологізму, ілюструючи спосіб мислення іншого етносу, адже читач повинен постійно відчувати, що він читає іншомовний твір, у якому присутня специфіка іншої культури, реалії іншого життя [6, с. 82].

Описовий переклад – відмова від перекладу фразеологізмом: *to cut off with a shilling*. – *залишити без спадщини*. Якщо англійський фразеологізм не має в рідній мові еквіваленту або аналогу, а дослівний переклад міг би привести до малозрозумілого буквалізму, перекладачеві необхідно використовувати описовий переклад – з поясненням змісту фразеологічної одиниці за допомогою вільного сполучення слів. Наприклад: *one man's meat is another man's poison* – *про смаки не сперечаються*; *take two bites of the cherry* – *ділитися чимось дуже малим* [3, с. 196].

Перекладач використовує контекстуальні заміни, коли намагається знайти такий український фразеологізм, який хоча і не відповідає по значенню англійському фразеологізму, але з точністю передає його зміст у конкретному контексті. Наприклад: *you never know what you can do till you try* – *очі бояться, а руки роблять*; *let well alone* – *не буди лихо, поки воно спить*; *you can take a horse to the water, but you cannot make him drink*. – *силою не будеш милою*; *ask no questions and you will be told no lies* – *багато знати будеш, швидко постарієш*.

До фразеологічних зворотів відносяться також і крилаті вирази та посилення, що широко вживаються у різних типах мовлення та стилях мови. До їх числа відносяться і різні цитати: літературного характеру, біблеїзми, висловлювання історичних осіб тощо. При їх передачі перекладач повинен керуватися традицією, що існує в українській мові, незалежно від словникового значення слів, що входять до складу виразу [7].

Отже, переклад фразеологічних одиниць – це дуже важ-

ке завдання. Тому, для адекватного перекладу фразеологізмів, перекладач також може використовувати та комбінувати різні способи та прийоми перекладу, оскільки вибір того чи іншого виду перекладу залежить від особливостей фразеологічних одиниць. Українські та зарубіжні науковці зазначають, що недоречне або неправильне використання фразеологізмів робить мову не тільки убогою, але і стилістично неграмотною. Правильно ж застосовані фразеологізми оживляють і прикрашають як усне мовлення, так і літературні твори. Без знання фразеології неможливо оцінити яскравість мови, зрозуміти жарт, гру слів, а іноді просто і сенс всього висловлювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Словник сленгу і ідіом: веб-сайт. URL: <http://audio-class.ru/slang/a-slang.html>
2. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. Москва: Высшая школа, 1996. 381 с.
3. Влахов С. И., Флорин С. Непереводимое в переводе. М.: Международные отношения, 1980. 342 с.
4. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка: учебное пособие для институтов и факультетов иностранных. Дубна: Феникс+, 2005. 488с.
5. Кунин А. В. Курс фразеологии современного английского языка. Изд. 2-е, перераб. М., 1996. 344 с.
6. Зорівчак Р. П. Фразеологічна одиниця як перекладознавча категорія (на матеріалі перекладів творів української літератури англійською мовою).Л.: Вид-во Львів. ун-ту, 1989. 216 с.
7. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М.: ЭТС, 2001. 424с.

Козловська Л. Є.
студентка групи Філс-2020-2
Науковий керівник:
Пушик Наталія Василівна
ЗВО «Університет Короля Данила»
м. Івано-Франківськ

ПЕРЕСПІВ ЯК ВИД ПЕРЕКЛАДУ

У сучасному перекладознавстві досить актуальним є питання розмежування жанрів віршового перекладу. У першу чергу, мається на увазі про такі різновиди вільного перекладу, як наслідування, версія, варіація, перелицювання та переспів. Кожен із цих жанрів є пограничною формою, тому їх вкрай важко розрізнити. Більшість із них балансує на межі перекладу в його сучасному розумінні й рівня оригінальності творчості митців слова. Ця різноплановість має декілька причин:

- перекладачі різних епох мали різні погляди стосовно віршових перекладів;
- літературний процес – багатогранне та самобутнє явище, яке динамічно розвивається у кожній літературі певної нації;
- кожен перекладач має певну макропозицію стосовно норм вихідної або цільової систем культури.

Видатний літературознавець К.І.Чуковський слушно зауважує, що головним кінцевим результатом правильного перекладу є тотожність у плані стилістики та змісту перекладеного тексту та оригіналу. Стає зрозумілим, що беззаперечною умовою будь-якої перекладацької діяльності та безумовним її імперативом є максимальне відтворення тексту-оригіналу.

У наведеному дослідженні ми розглянемо один із методів перекладу – суб'єктивно-інтуїтивний.

Цей метод здебільшого використовується лише під час перекладу художніх текстів. У цій ситуації у ролі перекладача постає письменник (якщо твір прозовий), або ж, у більшості випадків, поет. У результаті роботи митця і виникає так званий

вільний переклад, або ж переспів.

Такий вид перекладу можна зустріти, здебільшого, або у Біблії (наприклад, у Псалмах царя Давида у Старому Заповіті), а також у художній літературі (наприклад, у поемі В.А.Жуковського «Світлана»), яка перекладена з німецької мови).

Якщо порівнювати суб'єктивно-інтуїтивний метод з буквالیстським, то можна стверджувати, що він є антиномічним, або ж протилежним, суперечливим йому.

Для такого жанру перекладу, як переспів, характерна певна ознака, яка дає можливість визначити його з-поміж інших. Перш за все, це перенесення дії на український ґрунт з усіма його етнонаціональними рисами. Через таке перенесення переспів досить часто плутають із вільним перекладом. Також досить цікавим є той факт, що поняття «переспів» відсутнє у літературознавстві інших слов'янських народів, наприклад, у росіян (найбільш близьким за ознаками відповідником до переспіву можна вважати термін «приложение»).

До сьогодні нема єдиного визначення поняття «переспів». Чимало українських літературознавців намагалися дати йому визначення, проте погляди кожного з них відрізняються у певних аспектах. Розглянемо декілька з них.

У «Словнику літературознавчих термінів» [4, с. 313] за ред. В.М.Лесина та О.С.Пулинця переспівом називається вірш, який написаний за мотивами твору іншого автора. Свій погляд дослідники обґрунтовують на основі балади «Рибалка» П.Гулака-Артемівського, яка, на їхню думку, є переспівом одноіменної балади Гете. Ще одна балада цього ж автора – «Твардовський» - є переспівом балади А.Міцкевича «Пані Твардовська», а «Маруся» Л.Боровиковського є переспівом з вищезгаданої «Світлани» В.Жуковського [4, с. 313]. Цікавим також є той факт, що ці ж самі дослідники у своїй статті про вільний переклад згадали баладу «Рибалка» П.Гулака-Артемівського: «Вільний переклад – переклад із свідомими значними відступами від оригіналу, неточний. Наприклад, балада П.Гулака-Артемівського «Рибалка» є вільним перекладом вірша Гете» [4, с. 71].



Також варто розглянути ще одне визначення переспіву, вже більш розгорнуте, яке можна знайти у «Літературознавчому словнику-довіднику»: «Переспів – вірш, написаний за мотивами поетичного твору іншого автора, з елементами наслідування версифікаційних елементів, наближений до перекладу, але відмінний від нього за відсутністю еквіритмічності» [5, с. 546]. Автори наведеного джерела також використали у тлумаченні ті ж самі приклади, що й у попередньому джерелі: балади «Маруся» Л.Боровиковського та «Твардовський» П.Гулака-Артемовського. Проте у цьому випадку автори не взяли до уваги те, що визначення та приклади до нього мають деяку невідповідність.

Звісно ж, що визначальним критерієм, по якому можна визначити, що балада Л.Боровиковського є переспівом «Світлани» В.Жуковського. Адже у наведеному випадку зусилля, які гіпотетично письменник прикладав під час перекладу, були спрямовані на дотримання ритмічної схеми першотвору (оригіналу). Найбільш визначальну роль у баладі відіграє проукраїнський настрій та етнонаціональні риси, які прослідковуються із перших же строф:

Раз в крещенский вечерок
 Девушки гадали:
 За ворота башмачок,
 Сняв с ноги бросали;
 Снег пололи; под окном
 Слушали; кормили
 Счетным курицу зерном;
 Ярый воск топили;
 В чашу с чистою водой
 Клали перстень золотой,
 Серьги изумрудны;
 Расстилали белый плат
 И над чашей пели в лад
 Песенки поодблюдны
 [2, с. 291].

Звечора під Новий год
 Дівчата гадали:
 Вибігали в огород,
 В вікна підслухали;
 З тіста бгали шишечки;
 Оливо топили;
 Слухали собак; в пустки
 Опівніч вихрили;
 Віск топили на жарку
 І з водою в черепку
 Долю виливали;
 Бігали на шлях вони;
 З приказками в комини
 Суджених питали[6,с.41].

Автор «Лексикону загального та порівняльного літературознавства» згадує П.Куліша («Позичена кобза») і Т.Шевченка, які також займалися переспівами. [3]

Унаслідок того, що літературознавці з часом зрозуміли різницю між перекладом та переробкою (мається на увазі прояв процесу розмежування видів міжнародної літературної рецепції), з'явилося відмежування переробки від вільного перекладу, яке поступово зникло.

Автор статті зауважує, що наразі поняття переспіву розглядають у його первісному значенні, яке має дещо негативний відтінок. Проте випадки переспівів зустрічаються і сьогодні, особливо творів з минулих літературних епох: наприклад, переспів В.Коптілова на давньофранцузький «Роман про Ренана», Р.Лубківський – латинську поему литовсько-білоруського поета XVIст. М.Гусовського «Пісня про зовнішність, дикість зубра і полювання на нього».

У «Лексиконі загального та порівняльного літературознавства» [3, с. 208] за ред. А.Волкова про переспів зазначено як про «термінологічно розпливчате слово, що ним в українській поезії, а відтак у критиці позначали середнє і між перекладом і переробкою явища». Автор статті значно ширше розглядає поняття і подає його з двох сторін. У першому випадку він називає переспівами твори, що були написані за мотивами чужомовних творів та є так званими переробками-онаціональненнями. Тут він наводить ті ж самі приклади, що у попередніх джерелах, також не звертаючи увагу на не зовсім точну відповідність тлумачення та ілюстрацій до нього.

У другому ж випадку він називає переспіви неточними перекладами та ототожнює їх з вільними перекладами, чого попередні літературознавці не робили. Як приклад він наводить П.М.Старицького, який змінював реалії та образність поезій, які брав для переспівів у інших поетів (О.С.Пушкіна та М.Лермонтова).

Автор «Лексикону загального та порівняльного літературознавства» [3] згадує П.Куліша («Позичена кобза») і



Т.Шевченка, які також займалися переспівами.

Унаслідок того, що літературознавці з часом зрозуміли різницю між перекладом та переробкою (мається на увазі прояв процесу розмежування видів міжнаціональної літературної рецепції), з'явилося відмежування переробки від вільного перекладу, яке поступово зникло.

Автор статті зауважує, що наразі поняття переспіву розглядають у його первісному значенні, яке має дещо негативний відтінок. Проте випадки переспівів зустрічаються і сьогодні, особливо творів з минулих літературних епох: наприклад, переспів В.Коптілова на давньофранцузький «Роман про Ренана», Р.Лубківський – латинську поему литовсько-білоруського поета XVIст. М.Гусовського «Пісня про зовнішність, дикість зубра і полювання на нього».

Тому на основі проаналізованих джерел та текстів переспівів можна зробити висновок, що характерною ознакою переспіву як виду перекладу поетичних творів є присутність онаціональнення та надання тексту етнонаціональних рис. Це додає переспіву можливість були упізнаним з-поміж інших жанрів перекладу. Літературознавець О.Дзера слушно зазначає, що переспів характеризується методом транспозиції та переведенням оригінальних мовних одиниць в етномовні фрагменти. За допомогою цього переспіваний текст змінює інтенціональний напрям перекладеного тексту на актуальний для цільової читацької аудиторії та яскраво відображає мовну картину світу того чи іншого народу [1, с. 12].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Дзера О.В. Індивідуально-авторське трактування біблійних мотивів як перекладознавча проблема: Автореф дис... к. філол.н. К., 1999.
2. Жуковский В.А. Стихотворения. Л.: 1956.
3. Лексикон загального та порівняльного літературознавства. – Чернівці: Золоті литаври/ голова ред. А. Волков. 2001.С.407. 634с.

4. Лесин В.М., Пулинець О.С. Словник літературних термінів. К., 1971.
5. Літературознавчий словник-довідник. К., 1997.
6. Українські поети-романтики: Поетичні тв. К., 1987

Лепко А.І.

студентка групи ГРСс-2018

Науковий керівник:

Подольак У. С.

викладач кафедри перекладу і філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м.Івано-Франківськ

ІНТЕРАКТИВНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Сучасний світ вимагає високого рівня знань іноземної мови. Майбутній фахівець для успішної професійної діяльності має уміти оперувати такими знаннями, які задовольняють потреби інформаційного суспільства.

Випускник вищого навчального закладу повинен мати високий рівень іноземної мовленнєвої компетенції не тільки у межах професійного спрямування. Тому означає, що в період навчання студенти зобов'язані оволодіти цілим комплексом мовленнєвих навичок та вмінь, як основи комунікативного рівня [6].

Одним із способів комунікацій являється інтерактивне навчання – яке побудоване на основі спілкування та взаємодії, що реалізуються в технологіях, методах та організаційних формах. Термін “інтерактивний” походить від англійського слова “interact”, де “inter” – взаємний, “act” – діяти. Це співнавчання, взаємонавчання (колективне, групове, навчання у співпраці), де учень та вчитель є рівноправними суб’єктами навчального процесу, рефлексують з приводу того, що



вони можуть та вміють здійснювати. Безпосередньо, сама організація інтерактивного навчання передбачає моделювання різноманітних життєвих ситуацій, спільне вирішення проблем на основі аналізу обставин та відповідної ситуації, використання ролевих ігор. Дослідники інтерактивного навчання усі інтерактивні технології поділяють на чотири групи: фронтальні технології, інтерактивного колективно-групового навчання, ситуативного навчання та навчання у дискусії [5].

Залежно від способів стимулювання і мотивації учіння методи, що застосовуються у процесі інтерактивного навчання іноземних мов, можна поділити на ситуативно-тематичні, дискусійні та дослідницькі.

Ситуативно-тематичні методи навчання іноземних мов передбачають наявність спеціально створених комунікативних ситуацій, що моделюють реальність, у якій студенти виступають активними учасниками.

Важливою складовою інтерактивних технологій навчання іноземних мов є форма навчання. На сьогодні актуальним є питання щодо дистанційної форми навчання. Аналіз вітчизняної і зарубіжної теорії і практики дистанційного навчання як форми організації навчального процесу дозволяє визначити його характерні особливості щодо реалізації інтерактивного навчання іноземних мов [4].

Серед них:

1) вільний доступ до навчальної інформації, що знаходиться в інформаційно-комп'ютерному навчальному середовищі;

2) гнучкість структури подання знань, тобто забезпечення для студентів права вибору навчального матеріалу різного рівня складності;

3) асинхронність навчання - студенти вищих навчальних закладів навчаються, а викладач спілкується з ними у зручному місці і в зручному темпі;

4) комунікативність навчання - постійний суб'єктно-суб'єктний діалог у навчальному процесі з використання

сервісів мережі Інтернет;

5) інтернаціональність навчання - дистанційне навчання забезпечує зручну можливість експорту й імпорту освітніх послуг;

6) нова роль викладача - він є консультантом і координатором навчального процесу;

7) нова роль студент - студент стає «автономним», сам визначає засоби навчання, час та місце вивчення навчального матеріалу, консультації з викладачем [2].

Окрім дистанційно форми навчання, що відносно новою для вітчизняного суспільства слід згадати найбільш популярні методи інтерактивного навчання: дискусії, мозковий штурм, інтерактивні презентації, рольові ігри, аналіз історій та ситуацій.

Дискусія - це метод навчання, який базується на обміні думками з певної проблеми. Точка зору, яку виражає студент у процесі дискусії, може як відображати його власну думку, так і спиратися на думки інших осіб. Вдало проведена дискусія має велику виховну та навчальну цінність, адже вона вчить більш глибокому розумінню проблеми, вмінню захищати свою позицію та рахуватися з думками і точкою зору інших людей [6].

Мозковий штурм - це метод розв'язання проблеми, коли всі учасники розмірковують над однією проблемою і «йдуть на неї в атаку». Мозковий штурм застосовують, коли треба мати кілька варіантів розв'язання конкретної проблеми. Це спонукає студентів проявляти уяву та творчість, дає можливість їм вільно висловлювати свої думки. Мета «мозкового штурму» чи «мозкової атаки» в тому, щоб зібрати якомога більше ідей щодо проблеми від усіх учасників протягом обмеженого періоду часу [7].

Метод Case study полягає у використанні конкретних випадків (ситуацій, історій, текстів, які називаються «кейсом») для спільного аналізу, обговорення або вироблення рішень студентами з певного розділу навчання дисципліни. Робота



над проблемною ситуацією відбувається в групах студентів, і її можна умовно розділити на наступні фази:

- аналіз представленого матеріалу, формулювання проблеми;
- пошук і збір додаткової інформації (у разі необхідності);
- обговорення різних варіантів вирішення проблеми;
- вибір кращого варіанту рішення на основі порівняння всіх запропонованих варіантів;
- презентація та захист рішення [3].

Метод рольової гри. У ході рольової гри студенти неспеціальних факультетів змушені вирішувати різноманітні проблемні ситуації, які сприяють використанню іноземної мови не лише для повсякденного спілкування, а також для вирішення професійних завдань. Забезпечуючи формування відповідних видів мовленнєвої діяльності, вони допомагають реалізувати основну функцію вивчення іноземної мови у ВНЗ – формування у студентів професійної комунікативної компетенції [6].

Інтерактивна презентація – це презентація, хід виконання якої визначається в залежності від вибору об'єкта на екрані. До кожного об'єкта з слайда таких як текст, зображення, кнопка, графічна форма можна прикріпити дію, яка виконується при натисканні на об'єкт. Для інтерактивної презентації характерним є закладена в ній властивість захоплювати користувача і підтримувати в ньому зацікавленість матеріалом. За допомогою інтерактивних презентацій можна створювати тренувальні, опитувальні вправи, а також на закріплення вивченого матеріалу.[1].

Застосування інтерактивних методів навчання іноземної мови майбутніх фахівців забезпечує актуальний на сьогодні перехід від інформаційно-пояснювального до діяльнісно - розвиваючого навчання, що передбачає заміну традиційних монологічних методів представлення інформації діалоговими формами взаємодії викладача зі студентами та студентів між собою. В контексті компетентного підходу та вимог сьогодення

до рівня професійної компетенції фахівця нового покоління інтерактивні методи навчання мають значний потенціал до підвищення якості підготовки та мотивації студентів і викладачів, які відкривають для себе нові та ефективні форми інтелектуальної діяльності [5].

Таким чином, повна відмова від пасивних та активних методів не є доцільною. Відбір та використання методів навчання має бути виваженим і зумовленим наступними цілями:

– сформувати у майбутніх фахівців іншомовну комунікативну компетенцію та комплекс загальнокультурних компетенцій необхідних для здійснення міжособистісної взаємодії [1].

– забезпечити необхідну якість навчання на всіх його етапах [4].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Габрусевич С. А. Отделовой игры – к профессиональному творчеству: учебнометодическое пособие / С. А. Габрусевич, Г. А. Зорин. – Москва: Университетское образование, 1989. – 125 с.

2. Гриценко В. И. Дистанционное обучение: теория и практика : монография / Гриценко В. И., Кудрявцева С. П., Колос В. В., Веренич Е. В. – К.: Наукова думка, 2004. – 375 с.: ил., табл. – Библиогр.

3. Лутай Н.В., Бесараб Т.П. Метод case study у навчанні іноземної мови / Н.В. Лутай, Т.П. Бесараб //Наукові записки. Серія «Філологічна». – Острог: Видавництво Національного університету «Острозька академія». – Вип. 37. – 2013. – С. 177-179. , с. 177.

4. Сучасний урок. Інтерактивні технології навчання: наук.-метод. посібн. / О. І. Пометун, Л. В. Пироженко; за ред. О. І. Пометун. – К.: Видавництво А.С.К., 2004. – 192 с

Інтерактивні технології і методи навчання іноземних мов на немовних факультетах [Електронний ресурс] / Режим доступу



до ресурсу: <http://eprints.zu.edu.ua/>

Словник UA [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <https://slovnuk.ua/>

«Інтерактивне навчання» [Електронний ресурс] / Режим доступу до ресурсу: <https://pidru4niki.com/>

Луцик І.Б.

студентка групи Філіс - 2018

Науковий керівник:

Гасюк Н.В.

доцент кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

«ФАЛЬШИВІ ДРУЗИ ПЕРЕКЛАДАЧА» СЕРЕД ПРОФЕСІЙНОЇ СУСПІЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЛЕКСИКИ ТА ТЕРМІНОЛОГІЇ

Мови різних народів співіснують з давніх часів. Вони утворюють між собою мовні контакти, зазнають іншомовного впливу та запозичують частину лексики одна в одній для збагачення свого словникового запасу, чи для позначення новітніх термінів. Такі слова стають інтернаціональними, оскільки використовуються і мають однакове значення одразу в декількох мовах.

Проте, в ході постійного розвитку мови, запозичені слова потрапляють під вплив культури та різних сфер спілкування. Одні терміни стають неактуальними та перестають використовуватися, інші – переходять до іншої сфери вживання слів, а деякі – взагалі змінюють значення. Останні продовжують своє існування, але вже як псевдоінтернаціоналізми або «фальшиві друзі перекладача». Тобто, слова, які також використовуються в декількох мовах, проте мають зовсім інші значення. Зараз такі слова

зустрічаються дуже часто і викликають багато питань. Тож ця тема потребує детального розгляду.

Об'єктом дослідження є специфіка вживання псевдоінтернаціоналізмів.

Основною метою роботи є аналіз псевдоінтернаціоналізмів професійної суспільно-економічної лексики та термінології.

Виклад основного матеріалу. Псевдоінтернаціоналізми належать до таких слів, які мають схожу графічну та фонетичну форму як у мові оригіналу, так і у мові перекладу. Ці слова, з точки зору перекладу, можна розділити на три групи:

- 1) повні інтернаціоналізми;
- 2) часткові інтернаціоналізми;
- 3) та власне псевдоінтернаціоналізми або «фальшиві друзі перекладача»;

Для того, щоб краще зрозуміти що ж таке «фальшиві друзі перекладача» варто розглянути кожен з вищевказаних груп детальніше.

1) Повні інтернаціоналізми є правдивими друзями перекладача, вони мають тотожні семантичні структури. У «Словнику-довіднику лінгвістичних термінів» Д.Е. Розенталь та М.А. Теленкова пишуть: «Інтернаціоналізми – це слова загального походження, що існують у багатьох мовах з одним і тим же значенням, але, зазвичай, оформляються відповідно до фонетичних та морфологічних принципів даної мови.» [5, с. 225]. Тобто, значення в мові оригіналу та мові перекладу будуть збігатися. Маємо приклад: англ. *export* – укр. *експорт*.

2) Часткові інтернаціоналізми – слова, які можуть мати як і однакове, так і відмінне значення. В такому випадку потрібно спиратися на контекст речення. Приклад: англ. *technique* – укр. *техніка* або *метод, спосіб*.

3) Псевдоінтернаціоналізми або «фальшиві друзі перекладача» – слова, що мають подібну вимову і написання, але зовсім різні лексичні значення. Це наприклад: англ. *objective* – укр. *мета* (а не «об'єктив»).

Наявність таких семантичних невідповідностей можна



пояснити тим, що міжнародний термін, засвоєний носіями певної мови, потрапляє під вплив національної культури, додаючи до вихідної сукупності значень нові значення [1, с. 77].

Отже, слова, які асоціюються в мові джерела та в мові перекладу у зв'язку з подібністю в плані вираження, а в плані змісту або за вживанням неповністю відповідають або навіть повністю не відповідають одне одному, отримали у французькому мовознавстві назву «*faux amis du traducteur*» – «фальшиві (хибні) друзі перекладача» (ФДП). Цей термін закріпився в англійському («*translator`s false friends*»), а також українському і російському мовознавстві [3].

Псевдоінтернаціоналізми називають «фальшивими друзями перекладача» через те, що вони можуть дуже легко ввести в оману менш досвідченого перекладача, оскільки мають схожу до українського слова будову, але зовсім інше значення. Зіткнувшись з таким словом, перекладач сприймає його за інтернаціоналізм та вирішує не перевіряти значення у словниках.

Псевдоінтернаціоналізми можна зустріти серед багатьох сфер людської діяльності, зокрема, серед суспільно-економічної лексики та термінології. Розглянемо приклади таких слів:

- *accurate* – точний (а не «акуратний»);
- *paper* – стаття (а не «папір»);
- *order* – порядок (а не «ордер»);
- *decade* – десятиріччя (а не «декада»);
- *compliment* – додаток (а не «комплімент»);
- *intelligence* – розум (а не «інтелігенція»);
- *data* - дані (а не «дата»);
- *figure* - цифра, малюнок (а не «фігура»);
- *scholar* – вчений (а не «школяр»).

Також, розглянемо приклад речення, у якому вжито псевдоінтернаціоналізм:

The aim is to have an accurate estimate of the final cost. –

Метою є точна оцінка остаточної вартості [8].

В даному випадку маємо слово «*accurate*», яке в англійській мові означає «*правильний, точний*». Отже, було б неправильно при перекладі цього речення використати схоже за зовнішнім ознакам українське слово «*акуратний*».

Досвідчений перекладач повинен добре знати всі випадки ФДП або розуміти, що через оманливу схожість до певних слів української мови, ці слова приховують небезпеку неправильного перекладу, і тому краще звернутися до контексту вживання або перекладних словників для уточнення їх значень.

У текстах на суспільно-економічну тематику інтернаціональні слова також зустрічаються:

- *bank* – банк;
- *fact* – факт;
- *system* – система;
- *export* – експорт;
- *import* – імпорт.

Коли текст містить справжні інтернаціоналізми, то це суттєво полегшує процес перекладу. Проте часто нові терміни-запозичення можуть виявитися псевдоінтернаціоналізмами, адже вони перекладаються шляхом транскодування, внаслідок чого терміни мови-реципієнта разом із графічною формою терміну засвоюють тільки одне з його значень. Наприклад, при перекладі таких слів як *banner*, *brand*, *business*, *holding*, *image*, *sponsor*, перекладач автоматично асоціює їх з українськими відповідниками *банер*, *бренд*, *бізнес*, *холдинг*, *імідж*, *спонсор*, забуваючи про те, що англійські терміни-прототипи мають й інші значення.

Наприклад, нещодавно запозичене українське слово «*банер*» має значення «*реklamний плакат*», в той час як англійське слово «*banner*» має ще значення «*газетний заголовок на всю ширину шпальти*» або «*прапор, знамено*». Часто вживається і слово «*бізнес*», яке в англійській мові, окрім визначення «*економічна, комерційна, біржева або*



підприємницька діяльність, спрямована на отримання прибутку», має визначення «заняття», «професія», «угода», «обов'язок», «право», «причетність, відношення до чогонбудь» [6, с. 69].

З такими словами перекладачам варто бути дуже обережним, а під час роботи з ними перевіряти всі значення у словнику і використовувати найбільш підходящий до контексту переклад.

Висновки. Тема «фальшивих друзів перекладача» потребує детального аналізу і вивчення. Псевдоінтернаціоналізми, що через оманливу схожість до певних слів української мови, приховують небезпеку неправильного перекладу. Такі слова часто викликають у перекладачів певні труднощі. Незнання цієї термінології може призвести до серйозних помилок та непорозумінь. Перекладачам слід уважно дослідити цю проблему.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Білодід І.К. Інтернаціональні елементи в лексиці і термінології/ І.К.Білодід. Харків: Вища школа, 1980. 208 с.
2. Донцова О.Г. Переклад інтернаціональних і псевдоінтернаціональних слів у науково-технічній літературі/ О.Г. Донцова. [Електронний ресурс]. URL: http://www.rusnauka.com/7_DN_2007/Philologia/20754.doc.htm.
3. Методичні вказівки до курсу «Перекладацький аналіз науково-технічного тексту» на тему «Інтернаціоналізми та «фальшиві друзі перекладача» в науково-технічній літературі» (для спеціальності «Переклад») / Уклад.: Л.М. Ангарова, О.М. Васильєва; ПДТУ. Маріуполь, 2005. 34 с.
4. Мирошніченко М. В. Проблеми перекладу «хибних друзів перекладача» з англійської мови на українську/ М. В. Мирошніченко. [Електронний ресурс]. URL: <http://journals.uran.ua/eejet/article/viewFile/1868/1763>.
5. Розенталь Д. Э., Теленкова М.А. Словарь-справочник лингвистических терминов: Пособие для учителей. Москва:

Просвещение, 1976. 543 с.

6. Якерсон, О.С. Способи та особливості перекладу інтернаціональних слів [Текст] / О.С. Якерсон, О.А. Кириченко // Соціально-гуманітарні аспекти розвитку сучасного суспільства : матеріали Всеукраїнської наукової конференції викладачів, аспірантів, співробітників та студентів, м. Суми, 23-24 квітня 2015 року. Суми : СумДУ, 2015. С. 68-71.
7. Cambridge Dictionary. [Електронний ресурс]. URL: <https://dictionary.cambridge.org/ru>

Пасічняк Б. М

студентка групи Філс-2019

Науковий керівник:

Пуш О.М.

ст. викл. кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ

Труднощі перекладу з української мови на англійську полягають не тільки в передачі лексичних значень, а й у вмінні перекладача застосовувати певні перекладацькі стратегії таким чином, щоб переклад був максимально наближений до оригіналу. Використання перекладацьких стратегій дозволяє перекладачу досконало та блискавично виконувати поставлене перед ним завдання.

Об'єктом перекладу, як процесу, так і результату, є текст. Однак текст – це не тільки набір тих чи інших мовних явищ, але й самостійний феномен, що має ознаки, релевантні для перекладу. Саме ці ознаки дозволяють перекладачеві вибрати загальну стратегію перекладацьких дій. Застосування особливих правил перекладу різних текстів відоме нам ще



здавна. Однак, переважно уявлення про зв'язок особливостей тексту і специфіки його перекладу, який сформувався на основі практичного досвіду, містить лише найзагальніші градації: науково-технічний переклад, художній переклад; або ще простіше: художній переклад та нехудожній переклад.

Перекладацька стратегія – програма перекладацьких дій; метод виконання перекладацького завдання, що полягає в адекватній передачі з іноземної мови на мову перекладу комунікативної інтенції відправника, з урахуванням культурологічних та особистісних особливостей оратора, базового рівня, мовної надкатегорії та підкатегорії. Стратегія перекладу – це програма здійснення перекладацької діяльності, що формується на основі загального підходу перекладача до виконання перекладу в умовах певної комунікативної ситуації двомовної комунікації, яка визначається специфічними особливостями цієї ситуації і метою перекладу, а також визначає характер професійної поведінки перекладача в рамках певної комунікативної ситуації [1, с. 172].

Перекладацька стратегія передбачає не жорстку послідовність перекладацьких дій, а гнучке варіювання методів і технік перекладу в межах обраних орієнтирів і “генеральної лінії” перекладу, яка, в свою чергу, визначається численними факторами: комунікативними установками та інтенціями автора оригіналу і цілями перекладу, характером реципієнта та специфікою предметної ситуації, яка стоїть за текстом, та ін. [2, с. 7].

Перекладацьких стратегій, насправді, не так вже й багато. Якщо брати до уваги особливості перекладацької діяльності, за П. Ньюмарком ці стратегії можна класифікувати таким чином:

1. *Стратегія дослівного перекладу* (застосовується, коли потрібно передати загальний зміст тексту);
2. *Стратегія буквального перекладу* (такий переклад вимагає подальшого редагування);
3. *Стратегія точного перекладу* (застосовується для перекладу технічних текстів, коли зміст є важливим);

4. *Стратегія семантичного перекладу* (у цьому випадку більше уваги приділяється естетичній цінності тексту оригіналу);

5. *Стратегія адаптації* (це такий тип перекладу, який використовується під час перекладу художньої літератури, особливо поезії);

6. *Стратегія вільного перекладу* (переклад без збереження стилю, форми і змісту тексту оригіналу, але зі збереженням основної ідеї);

7. *Стратегія ідіоматичного перекладу* (властива усному перекладу, який відбувається в неофіційній обстановці);

8. *Стратегія комунікативного перекладу* (його мета – адаптувати текст, який перекладається, нормам мови, на яку перекладають, зробити його більш комфортним для сприйняття читачем) [3].

Т. Андрієнко розподілив перекладацькі стратегії на глобальні (цілісний текстовий мегаконцепт) та локальні (такі, що потребують стратегічного перекладацького рішення). Локальні стратегії можуть застосовуватися на різних етапах, а також стосовно різних одиниць перекладу, наприклад, історичних слів реалій [4, с. 56].

Глобальні стратегії перекладу (або методи перекладу) - це стратегії, які перекладач застосовує до тексту в цілому. Глобальна стратегія перекладу формується в результаті вибору перекладачем основних принципів, які в цій ситуації, відповідають комунікативній меті, пізнавальним потребам та інтересам цільової аудиторії, і, на думку перекладача, враховують основні характеристики вихідного тексту.

Метою глобальної стратегії перекладу є відтворення всього концептуального образу вихідного тексту. Необхідність вибору **локальної стратегії** перекладу виникає, коли існує проблема, наприклад, «неперекладність» певного виразу, можливість декількох варіантів перекладу, які по-різному співвідносяться з обраною глобальною стратегією. Стратегія реалізується за допомогою набору підходів, що визначають прийоми, методи



чи процедури перекладу конкретних мовних одиниць.

Стратегії вмотивовують і організовують діяльність перекладача, обумовлюють вибір конкретних тактик і прийомів перекладу. Глобальні стратегії перекладу (стратегії перекладу цілісного твору) реалізуються через локальні (стратегії перекладу окремих сегментів тексту). Але в реальних перекладах простежується не ексклюзивне дотримання єдиної стратегії, а їх взаємодія, поєднання за домінування однієї з них [5, с. 225].

Щоб відтворити мову оригіналу за допомогою іншої мови, перекладач повинен вибрати відповідну стратегію перекладу. Таким чином, його робота стане еквівалентною оригіналу, адже сама стратегія перекладу передбачає основу вибору оригінального тексту та метод(техніку) його перекладу, що залежить від кола культурних, мовних та позамовних передумов. На закінчення слід зазначити, що в процесі перекладу перекладачі не можуть дотримуватися виключно однієї зі стратегій, що вказані вище. Їм необхідно визначити тип і жанр тексту, щоб визначити глобальну стратегію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Сдобников В. В. Стратегия перевода: общее определение. Вестник Иркутского государственного лингвистического университета. 2011. № 1. С. 166 – 172.

2. Стратегии перевода (теоретические основы модуля): учебный модуль для слушателей специальности “Переводчик в сфере профессиональной коммуникации” / сост. Е. Г. Поломских, В. В. Барсукова ; Перм. ун-т. – Пермь, 2009. 255 с.

3. NEWMARK, Peter: Textbook of Translation. Harlow: Pearson Education Limited. 2008.

4. Андрієнко Т.П. Стратегії і тактики перекладу: когнітивно-дискурсивний аспект (на матеріалі художнього перекладу з англійської мови на українську) : монографія / за ред. В.І. Карабан. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2016. 339 с.

5. Переклад у наукових дослідженнях представників харківської школи : колективна монографія / за ред.: Л. М. Черноватого, О. А. Кальниченка, О. В. Ребрія; Кафедра теорії та практики перекладу англ. Мови Харківського нац. ун-ту імені В. Н. Каразіна. Вінниця : Нова Книга, 2013. 568 с.

Попадинець С.Р.

студентка групи Жс-2021

Науковий керівник:

Горда В.В

викладач кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

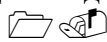
ВІДТВОРЕННЯ У ПЕРЕКЛАДІ СПОРТИВНОЇ ЛЕКСИКИ

З популяризацією та розвитком спорту, в країні з'явилась величезна кількість нових слів, які є частовживаними серед спортсменів, суддів та коментаторів. Якщо раніше потрібно було пояснювати їхнє значення, то зараз люди, які хоча б трохи цікавляться спортом розуміють і для них це вже звична термінологія.

Характерною рисою спортивної лексики є її доступність широкому колу людей на відміну від термінології теоретичних дисциплін, доступною лише вузькому колу фахівців. В цьому відношенні спортивна термінологія подібна до суспільно-політичної, значна частина якої в якійсь мірі зрозуміла кожному. Вона має поширення не тільки в мові професійних спортсменів, а й у мові величезної кількості вболівальників, та й взагалі у мові людей, які є спортивними любителями. Саме цим пояснюється широке вживання спортивних термінів, часто без будь-яких коментарів до них, не тільки в спеціальних «спортивних жанрах» [4].



Варто зазначити про переклад спортивної лексики. Переклад - це процес, в якому потрібно точно і чітко передати зміст слова. Людям, які займаються перекладом варто пам'ятати, що вони це роблять не для офіційних посадових осіб, а для звичайних пересічних громадян, які могли ніколи не цікавитись і не чути про таку термінологію раніше. Можна виділити декілька типів спортивної лексики:



Абревіатури та скорочення



Загальні терміни



Вузькоспеціальні терміни.

Сучасним мовам притаманне зростання кількості скорочених слів з різною графічною формою, структурою і походженням. У засобах масової інформації щоденно знаходимо підтвердження цьому.

Скорочення та абревіатури виникли дуже давно, а особливого значення набули в часи Другої світової війни. Це пов'язано з швидким та інтенсивним розвитком засобів масової інформації, розширенням інформативного простору й одночасно з тенденцією до стислості, що особливо відчувається у час глобалізації. Можемо розглянути декілька прикладів з легкої атлетики: IAAF (International Association of Athletics Federations) - Міжнародна асоціація легкоатлетичних федерацій, AS (Athletics) [2] - Легка атлетика [3].

До загальних термінів можна віднести такі слова як голкіпер, лідер, спортсмен, матч. Тобто такі слова, які запозичено з тої мови, де вперше зародився той чи інший вид спорту, в нашому випадку з англійської.

До вузькоспеціальних термінів можемо віднести групу командних видів спорту, більшість із яких уже стали олімпійськими, зокрема це beach volleyball (пляжний волейбол); paintball (воєнізована гра, у якій суперники намагаються вразити противника желатиновими кульками); streetball (спортивна гра в баскетбол у польових умовах за спрощеними правилами). Поява в нашій мові таких слів зумовлена переважно змінами в суспільно-політичному,

економічному та культурному житті країни, зокрема в царині спорту. Сприяла цьому й активна участь українських спортсменів та їхні високі показники в різних європейських і світових змаганнях за останні роки, а також широке висвітлення цих результатів у мас-медіа. Дослідження шляхів розвитку спортивної лексики й термінології в українській мові засвідчують, що іншим джерелом її поповнення є морфологічна й семантична деривація. Найбільше дериватів побудовано суфіксальним способом. Значну групу становлять відіменникові слова із суфіксами -іст/-ист: акваболіст, гольфіст, мініфутболіст, пейнтболіст, спідвеїст, сноубордист, самбіст. Назви осіб жіночої статі утворюються переважно за допомогою суфікса -к-, а саме назви спортсменок, які опанували ті види спорту, що їх раніше вважали суто чоловічими: футболістка, хокеїстка, фристайлістка, дзюдоїстка. Також спостерігається творення відіменникових прикметників за допомогою суфікса -ськ-: кікбоксерський, пейнболістський, скейтбординський, фристайлістський. Останнім часом зростає кількість префіксальних утворень, зокрема за допомогою іншомовних префіксів супер- та пара-: суперліга, суператлет, супергол, суперклуб, супертурнір, супермарафон, супер баскетбол, паралімпіада, парапланеризм. Зафіксовано значну кількість лексем, утворених шляхом слово- та основоскладання: автогол, блицшахи, лижеролери, скеп-клуб, фітнес-клуб, фітнес-програма, рукоборство, судноспорт [1].

Висновок: Отже, підсумовуючи все вищесказане можна зробити висновок, що більшість слів є запозиченими з англійської мови і їхня кількість постійно збільшується через те, що спорт постійно розвивається і кількість спортсменів тих чи інших видів збільшується. Переважно слова не змінюються при перекладі і є ідентичними до їхнього звучання в оригіналі.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. <http://bo0k.net/index.php?p=achapter&bid=18322&chapter=1>
2. https://www.abbreviationfinder.org/uk/acronyms/as_athletics.html
3. <http://surl.li/alqav>
4. <http://surl.li/alqat>

Починок А.І.

студентка групи Жс-2021

Науковий керівник:

Горда В.В.

викладач кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НЕОЛОГІЗМІВ

Сучасний світ стрімко змінюється, і мова повинна відображати всі ці зміни. Англійська мова, як і багато інших іноземних мов постійно розвивається, щодня виробляючи нові слова, фрази і вирази, які охоплюють соціальні питання, нові технології, інтереси, спосіб життя і т.д.

Неологізм (від грец. νέος – «молодий, новий» і λογισμός – «судження, вислів») **або новотвір** – новостворений термін, авторське слово або фраза, що перебуває в процесі входження в загальне використання і ще не включена до державної та загальнонавчаної мови [4].

Безперечно, переклад неологізмів – відповідальне та складне завдання для перекладача, що потребує високого рівня володіння обома мовами, розуміння та сприйняття мовної картини світу (тобто використання актуальної та сучасної лексики), а також відмінних навичок або знань галузі, у якій здійснюється переклад. При перекладі досвідчені перекладачі використовують той чи інший спосіб перекладу відповідно до контексту, іноді навіть комбінуючи різні прийоми для якомога

точної та вдалої передачі інформації. Те, що англійська мова є джерелом багатьох неологізмів, надає особливої важливості вмінню правильно розуміти та передавати інформацію відповідно до міжнародних стандартів [3].

Поняття «неологізм» є досить відносним за своєю природою. Особливо є складною передача неологізму засобами іншої мови. У деяких випадках перекладачі змушені вдаватись до використання контекстуального перекладу або опису. Особливо якщо неологізм належить до безеквівалентної лексики, то під час його перекладу українською мовою можна зіштовхнутись з певними труднощами. В даному випадку єдиним доцільним способом перекладу є пояснювальний описовий метод. Прикладами можуть слугувати наступні лексеми: *schooler* – людина, яка відвідує школу; *crackberry* – людина, яка нав'язливо використовує свій BlackBerry (марка телефону, започаткована канадською телекомунікаційною компанією); *sound bite* – короткий, змістовний уривок із інтерв'ю як частина політичної промови, *bucket list* – список речей, які ви ніколи не робили, але хотіли б встигнути зробити за життя; *couch potato* – людина, яка проводить свій вільний час пасивно, вживає шкідливу їжу і майже не займається спортом. Зокрема лексема «*cot potato*» отримала дещо інше значення – маленька дитина, яка багато часу дивиться телевизор, де слово «*cot*» означає «дитяче ліжечко».

Перекладацька трансформація – це необхідна складова перекладу будь-якого тексту. Якщо відсутнє пояснення слова у контексті та словнику, вдаються до використання перекладацьких трансформацій, які поділяють на наступні види:

- 1) граматичні, які включають граматичні зміни та поділ речення;
- 2) лексичні, до яких можна віднести транскрибування та транслітерацію;
- 3) лексико-граматичні (антонімічний переклад).

Для перекладу неологізмів застосовують наступні способи:



підбір аналогу, транскрипція, транслітерація, калькування, а також спосіб прямого включення.

Одними з найпоширеніших технік перекладу є транскрибування та транслітерація, коли переклад нової номінації передається за допомогою українських звуків чи букв: *beatboxing* – бітбоксинг; *carsharing* – каршеринг; *newsmaker* – н'юсмейкер. Оскільки фонетична система англійської та української мов відрізняються, то даний спосіб не передає англійської вимови у точності. Існують випадки, коли транскрипція поєднується з транслітерацією: *flash mob* – флеш моб; *street art* – стріт-арт; *jetsetter* – джетсетер; *crowd surfing* – крауд-серфінг (передача людини з рук в руки над головами інших людей на концерті) [2].

Калькування найчастіше використовується під час перекладу понять у двох мовах, або одного поняття, що недавно з'явилося в загальному використанні. Такий спосіб використовується в процесі перекладу еквівалентної лексики. Безеквівалентна лексика перекладається шляхом використання описового способу, фонова – шляхом приблизного перекладу, а еквівалентна – способом калькування, за умови існування спільних понять в обох мовах. Під час використання способу калькування відбувається заміна складників слів або морфем лексичними відповідниками. У процесі калькування створюється нове слово або стійке словосполучення. Часто використовується транскрипція й калькування одночасно.

Досить популярним способом перекладу неологізмів стає прийом прямого включення. Цей прийом означає використання написання англійського слова в оригіналі. Такий спосіб застосовується, якщо жоден зі способів, що були розглянуті вище, неможливо застосувати під час перекладу (*iPad*, *iPod*, *Apple*). Дуже часто трапляються слова, які складаються з двох частин. Перша частина подається англійською мовою, а друга частина – українською мовою (*web-сторінка*). Для того, щоб не втратити стислість і економічність засобів вираження перекладу, розкриваючи семантику одиниці, доцільно поєднати

описовий спосіб з іншими способами перекладу. Спочатку можна пояснити значення слова, а надалі використовувати калькування або транслітерацію [1].

Висновок: Отже, при перекладі неологізмів, в кожному конкретному випадку перекладач вибирає відповідний варіант, виходячи з контексту. Обов'язок перекладача - передати не тільки те, що сказано, але і як сказано.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v25/part_2/50.pdf
2. http://www.vtei.com.ua/konfa/03_10_19/1/5.pdf
3. <https://lingua.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/04/Konkursna-robota-PEREKLAD.pdf>
4. <https://uk.wikipedia.org/wiki>

Плещинська Ю. А.

студентка групи Філс-2019

Науковий керівник:

Пуш О.М.

ст. викл. кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІБЛЕЇЗМІВ В УКРАЇНСЬКІЙ ТА АНГЛІЙСЬКІЙ МОВАХ

Вивчення біблеїзмів – слів чи словосполучень, які були запозичені з Біблії або зазнали семантичного впливу біблійних текстів – становить окрему галузь фразеології, яка завжди привертала увагу дослідників. Ці мовні одиниці, найрізноманітніші за значенням та структурою, більшого чи меншого ступеня фразеологізації, активно функціонують як в усній, так і в писемній формі, складаючи значний прошарок фразеологічного фонду сучасної англійської та української мов [5, с. 72].



Загальна характеристика фразеологізмів біблійного походження

Вивчення лінгвістичної літератури, присвяченої дослідженню біблійних фразеологізмів (біблеїзмів), показало, що вони становлять важливий і цікавий шар фразеології у багатьох мовах світу, оскільки їх відбір у кожній мові відбувається з одного загального джерела – Біблії.

До специфічних рис біблеїзмів необхідно віднести, у першу чергу, їх змістовну структуру, в якій чітко простежуються морально-дидактичні, морально-етичні складники, а також їх лінгвостилістичні особливості, що виявляються в конотативності їх семантичної структури [1, с. 12].

Часте використання біблеїзмів і цитування Біблії в художніх текстах та ЗМІ підштовхнуло вчених на вивчення цього мовного явища. Популярність Біблії й звертання до біблійних текстів підвищили й активність використання в художніх і публіцистичних текстах біблеїзмів, тобто окремих слів сучасної мови, які або просто запозичені з Біблії (*hell, angel, Saturday*), або піддалися семантичному впливу біблійних текстів.

Поряд з окремими словами, біблеїзмами називають і сталі словосполучення, а також цілі вирази й навіть фрази, що сходять до Біблії, наприклад: хай буде світло! (*let there be light!*); Бог дав, Бог взяв (*the Lord gave and the Lord has taken away*) та інші. Насправді, дуже складно дати точне визначення біблеїзмам. Однак, вивчивши матеріали по даній темі, ми прийшли до висновку, що біблеїзм - це фразеологічна одиниця, що може бути й ідіомою, і крилатим висловом, і фразеологізмом, і навіть просто окремим словом біблійного походження [2, с. 219].

Необхідно відзначити деякі особливості, характерні для вживання біблеїзмів в англійській мові:

1) Трансформування й нетрадиційне вживання. Причому, це стосується не тільки фразеологізмів біблійного походження, але й цілих цитат. Деякі з них зустрічаються постійно: *I am not/ am I my brother's keeper? (Genesis 4:9); Let us now praise famous*

men (Ecclesiasticus 44:1); What is truth? (John 8:32); Be sure your sins will find you out (Numbers 32:33) etc.

2) «Коментування» з боку автора. Ось кілька прикладів:

He (Jesus) knew that the old eye-for-an-eye philosophy would leave everyone blind. (M.L.King)

Those who set out to serve both God and Mammon soon discover that there is no God. (L.P.Smith)

It has been said that the love of money is the root of all evil. The want of money is quite as truly. (S.Butler)

3) Цитування. Біблійні вирази, імена й цитати людей, що називається, «на слуху». Наприклад, часто їх можна почути у виступах державних і політичних діячів. У більшості з останніх є свої улюблені цитати. Так, улюбленою цитатою президента США Л.Джонсона була: «*Come now, and let us reason together*» (*Isaiah 1:18*), що виражала його концепцію згоди в керівництві [4, с. 20].

Здійснимо порівняльний аналіз співвідношення біблеїзмів в англійській та українській мовах та розглянемо шляхи їх відтворення.

Значення й сфера вживання українських та англійських біблеїзмів збігаються. Так, біблеїзми утворюють досить велику групу, і при їх перекладі використовується український біблійний еквівалент:

daily bread – хліб щоденний;

the salt of the earth - сіль землі;

by/in the sweat of one's brow - у поті чола свого;

to beat swords into ploughshares/plowshares - перекувати мечі на оралі;

Англійському біблеїзму в українській мові відповідає не його український біблійний еквівалент, а інший біблеїзм або просто фразеологізм.

The powers that be (Romans 13:1) – владу, що притримують;

There is nothing covered that shall not be revealed (Matthew 10:26, Luke 12:2) - немає нічого таємного, що не викрилось би (Марко 4:22, Лука 8:17);

Use not vain repetitions (Matthew 6:7) - у багатодумстві немає порятунку (теж джерело);

Consider the lilies (of the field) (Matthew 6:28) - гляньте на птахів небесних (Матфей 6:26); також – жити, як пташка небесна;

Can the leopard change his spots? (Jeremiah 13:23) - «горбатого могила виправить»(у вибіркових контекстах);

A drop in the bucket (Isaiah 40:15) - крапля в морі;

Те ж явище спостерігається й при перекладі деяких українських біблеїзмів на англійську мову. Так, наприклад, український содом, що у відриві від біблійного контексту означає: шум, гамір, лемент, безладдя й вживається в розмовній мові, скоріше відповідає біблеїзму *babel* (*what a babel!/a perfect babel!*), тому що англійський *Sodom/sodom* має зовсім інше значення (загальне): будь-яке місце, відоме розбещеністю, пороками, розпустою (звідси деривати *sodomy, sodomite*) [4, с. 40].

Англійські та українські еквіваленти функціонують у різних мовних стилях (і часто мають додаткові значення).

Наприклад, у парі *the outer darkness* - кромішна темрява (англійський вираз має на увазі тьму космічну й у цьому змісті близько до вихідного релігійного змісту цього вираження - пекло, місце перебування душ грішників); у той час як українській еквівалент вживається в розмовній мові й означає: повна, безпросвітна темрява (на англ. мову перекладається: *pitch darkness; it is pitch dark*). До того ж, англійський біблеїзм отримав і інше, переносне значення - вигнання; похмуре, повне позбавлень і негод життя; воно часто вживається з дієсловом *to cast into* - вигнати з ганьбою, піддати забуттю [3].

Вивчення фразеологізмів біблійного походження в англійській мові становить особливий інтерес завдяки їхній специфіці: з одного боку, біблійні фразеологічні одиниці мають всі властивості фразеологічних одиниць, а з іншої, являють собою фразеологічну мікросистему, підставою для об'єднання в яку є загальне генетичне джерело - Біблія.

Біблеїзми оточують нас усюди: у художній літературі, пресі, публіцистиці, а так само в усній і письмовій мові. Вони прикрашають і роблять виразніше не тільки тексти, але й нашу мову.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Поліванов Є.Д. Особливості фразеології англійської мови . К.: Вища школа, 1992. С. 12.
2. Біблія і культура: Чернів. нац. ун-тет. Зб. наук. Статей. Ред. кол. М. Жулинський. Ч.,2007.Вип.6. 219 с.
3. Зорівчак Р. П. Біблеїзми у нашому мовленні . Кримська Світлиця. 2006. № 38. С. 103
4. Дзера О.В. Індивідуально-авторське трактування біблійних мотивів як перекладознавча проблема : автореф. дис. канд. філол. наук. Київ, 2004. 40 с.
5. Єрченко П.Г. Класифікація фразеологічних одиниць. Іноземна філологія 2002. 72с.

Сенчук В. М.

студентка групи Філс-2020-2

Науковий керівник:

Богайчук О.С.

ст. викл. кафедри перекладу та філології

ЗВО «Університет Короля Данила»

м. Івано-Франківськ

ПЕРЕКЛАД-КАЛЬКА

Калькування називають “екологічно-чистим” способом запозичення, оскільки воно дозволяє, не руйнуючи цілісності сприйняття лексичної системи, розширювати її можливості.

Калькування (дослівний і буквальний переклад) – це прийом перекладу нових слів (термінів), коли відповідником простого чи (частіше) складного слова (терміна) вихідної мови в цільовій мові вибирається, як правило, перший за порядком відповідник у словнику, наприклад: ore yard – рудний двір,

movable table – рухомий стіл, self-cooling – самоохолодження, line service – лінійна служба, toxic shock syndrome – токсичний шоківий синдром, Big Bang – Великий вибух, floating zero – плаваючий нуль. В цих прикладах українські відповідники англійських термінів утворені шляхом вибору першого словникового відповідника кожного з компонентів [1, с. 286].

Необхідно розглянути всі кальки, які можна розділити на словотворчі, фразеологічні, семантичні і напівкальки.

1. При словотворчому калькуванні відтворюється морфологічна структура слова: внутрішньомязовий з латинського *intramuscularis*, де *intra* – «внутрішньо» та *muscularis* «м'язовий».

Здебільшого словотворчі кальки бувають неточними: при перекладі одна з морфем може передаватися приблизним еквівалентом; особливо часто це буває з префіксами, у яких не завжди є точні міжмовні відповідники. Можлива також неточна передача кореня і граматичних показників. Наприклад, в українській кальці *хмарочос* на одну морфему менше, ніж у англійському слові *skyscraper* (відсутній суфікс) [2, с.147].

2. Фразеологічне калькування – дослівний (однокореневий) переклад кожного з слів у реченні. Приклади: *a cat may look at a King* перекладається як «навіть кішці дозволено дивитися на короля», а вираз *a friend in need is a friend indeed*, як «один в нужді – справжній друг» [2, с.147].

3. Семантичною калькою називається додавання слову рідної мови відсутнього у нього раніше переносного значення - за зразком деякого слова іншої мови. Семантичною калькою є, наприклад, вживання словосполучення «генеральний хірург» від англ. *general surgeon*. Лексема «генеральний» в значенні «головний, основний, ведучий» характерна для української мови (генеральний директор, генеральна лінія).

4. Напівкальки – неповний переклад з іншої мови: частина слова або вислову перекладається, а частина залишається без перекладу. Напівкальки виникають у тому випадку, коли яка-небудь частина слова, що калькується, залишається

без перекладу і передається морфемами української мови: термоядерний (англ. *thermo-nuclear*). Іноді можна бачити паралельне існування напівкальки і повної кальки: антигромадський (англ. *antisocial*) – протигромадський [2, с.147].

Варто зазначити, що залежно від мови-джерела серед слів, що калькуються, розрізняють: галліцизми (з французького), германізми (з німецького), полонізми (з польського), грецизми, англіцизми та інші. На початку XIX ст. використовувався також термін «європеїзм» – для позначення слів або значень, які калькують аналогічним чином влаштовані слова декількох європейських мов. Наприклад, українське слово враження є калькою одночасно франц. *impression* і нім. *Eindruck* [3].

Н.В. Колесова у своїй статті „Кальки як відображення індивідуально авторських особливостей мови” висловлює таку думку щодо калькування: „Вирази, що калькуються, роблять авторську мову більш різноманітною, мальовничою, виразною, їх використання в мові персонажів твору служить засобом їх мовностилістичної характеристики. Лексеми і словосполучення, запозичені з мови іншої культури, посилюють виразність і образність тексту, передають специфіку національних концептів». [4].

Необхідно зупинитися на тому, що калькування, як і всяке запозичення, є в деякому розумінні свідомством слабкості, тобто недостатності засобів власної мови – або небажанням говорячих зробити зусилля, щоб ці засоби знайти; у певному значенні це шлях з найменшим опором. Також, калькування – це перша ознака поганого перекладу і взагалі недостатнього володіння мовою. І навпаки, добре знання мови припускає вміння виражатися «ідіоматично», тобто знання готових словосполучень іноземної мови, що дозволяє уникнути калькування (тобто послівного перекладу) конструкцій рідної мови. Проте традиційно прийнято вважати, що кальки є засобом збагачення словникового складу мови.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Карабан В. Переклад англійської і наукової і технічної літератури. Вінниця, 2004. 577 с.
2. Стацюк Р.В. Калькування як засіб творення нових терміноелементів. Одеський лінгвістичний вісник. 2015. №5. С. 145-148.
3. А.Залізник. Калька. URL:[https://www.krugosvet.ru/enc/gumanitarnye_nauki/lingvistika/KALKA.html#encnav]
4. Колесова Наталья Васильевна. Кальки как отражение индивидуально–авторских особенностей языка. Лингвистический ежегодник Сибири. – Красноярск, 2004. – Вып. 6.– С. 105–115. URL: [http://library.krasu.ru/ft/ft/_articles/0088677.pdf]
5. Т.С. Володіна, О.П. Рудківський. ЗАГАЛЬНА ТЕОРІЯ ПЕРЕКЛАДУ. Київ, 2017. 296 с.

Наукове видання
Матеріали ІХ Міжнародного студентського
наукового симпозиуму

СПІВДРУЖНІСТЬ НАУК: АРХІТЕКТУРА, ЕКОНОМІКА, ПРАВО

*Матеріали подані мовою оригіналу.
У збірнику максимально точно збережена орфографія
і пунктуація, які були запропоновані учасниками.*

*Автори опублікованих матеріалів
несуть повну відповідальність за підбір,
точність наведених фактів, цитат,
економіко-статистичних
даних, власних імен та інших відомостей.*

Упорядники:
Л.М. Андрусів, О.О. Мейгеш

Художнє оформлення:
І. В. Гребенюк

Видано за авторською редакцією



УНІВЕРСИТЕТ
Короля Данила