

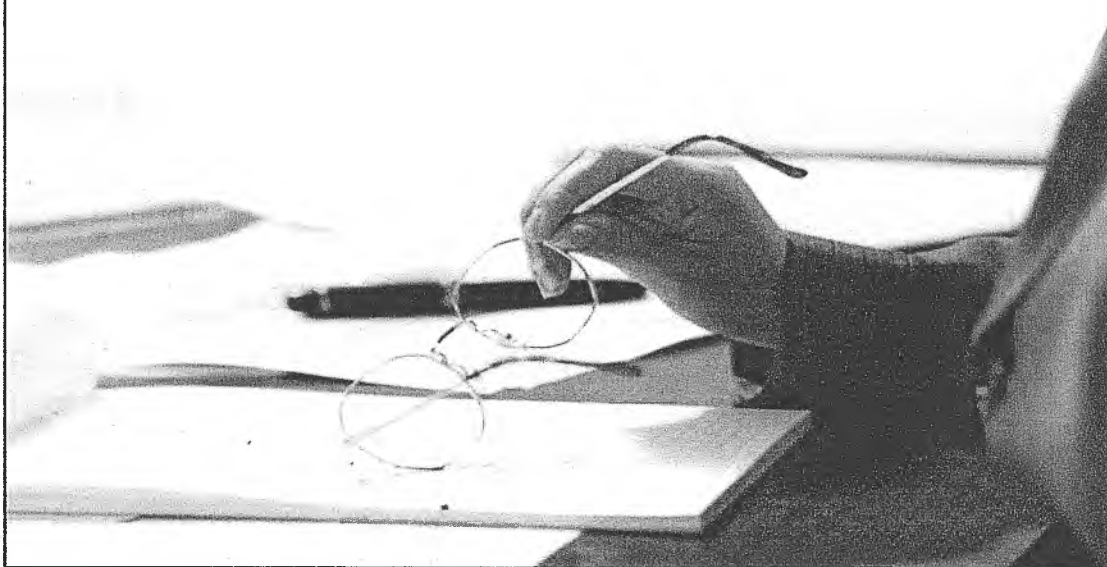
www.nauka.zinet.info

Південноукраїнський гуманітарний альянс
Громадське об'єднання «Громадянська дія»

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМКИ СВІТОВОЇ НАУКИ

Збірник статей
учасників двадцять сьомої
Всеукраїнської науково-практичної конференції
**"ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ
СВІТОВОЇ НАУКИ - ХХІ СТОРІЧЧЯ**

Том 1
Науки гуманітарного циклу



Запоріжжя 2014

ЗМІСТ

Секція «Історія, право та міжнародні відносини»:

Буряк К.М. «GENDER MAINSTREAMING» ЯК КОНЦЕПТУАЛЬНА ОСНОВА ПРАВОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУЧАСНОЇ ГЕНДЕРНОЇ ПОЛІТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	3
Внукова А.А. ОСОБЛИВОСТІ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ДОГОВОРІВ АУТСОРСИНГУ ТА АУТСТАФІНГУ	4
Крамаренко М.А. НЕДОБРОСОВЕСТНАЯ КОНКУРЕНЦИЯ	5
Мороз С.П. ПРАВОВИЙ І СОЦІАЛЬНИЙ АСПЕКТИ У ТЕОРІЇ СУЧАСНОЇ ДЕРЖАВИ ЯК ОСНОВА ВІТЧИЗНЯНОЇ ПОЛІТИКО-ПРАВОВОЇ ПРОБЛЕМАТИКИ	6
Сагалюк А.Г. АДМИНИСТРАТИВНО-ХОЗЯЙСТВЕННЫЕ САНКЦИИ ЗА НАРУШЕНИЕ НАЛОГОВОЙ ДИСЦИПЛИНЫ	8
Скрипникова Л.В. «П'ЯТА СВОБОДА» ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ І РОЗБУДОВА ПРАВОВОЇ ДЕРЖАВИ В УКРАЇНІ	9

Секція «Психологія і соціологія»:

Дилигенский Д.Е. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАРУШЕНИЯ ЮНЫХ БОКСЕРОВ ПРИ АДАПТАЦИИ К ФИЗИЧЕСКИМ НАГРУЗКАМ	10
Заболотний С.М. ПСИХОРЕГУЛЯЦІЯ В ГИРЬОВОМУ СПОРТІ	12
Лавриненко О.Л. РОЛЬ ГЕНЕТИЧНО ЗУМОВЛЕНИХ ФАКТОРІВ У ФОРМУВАННІ МОВНИХ ЗДІБНОСТЕЙ ОСОБИСТОСТІ	13
Лукашевич О.М. ПСИХОЛОГІЧНА КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ В ДОРΟΣЛОМУ ВІЦІ	17
Стефогло А.С. СОЦІАЛЬНА СФЕРА ЯК ЕКОНОМІЧНА КАТЕГОРІЯ ТА ЇЇ СТРУКТУРА	21
Ташлай Г.О. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ГОТОВНОСТІ МОЛОДІ ДО ПОДРУЖНИХ СТОСУНКІВ	22

Секція «Філософія та культура»:

Здрилюк О.В. КОРСЕТ. ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ	24
Ковальчук М.Л. КРУЇЗНІ КОЛЕКЦІЇ: ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА	27
Костюк К.С. КОНСТРУКТИВНІ РІШЕННЯ ЛИСТІВОК	28
Лазарева А.А. РОЛЬ ЭТНИЧЕСКИХ ГРОМАД В ФОРМИРОВАНИИ УКРАИНСКОЙ НАЦИИ	30
Попович Я.М. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ЗВ'ЯЗОК ПАЛОМНИЦТВА І ПОНЯТТЯ СВЯТОСТІ В ХРИСТІЯНСЬКІЙ КУЛЬТУРІ	31
Приступа О.В., Приступа Т.С. ОСОБЛИВОСТІ ДИЗАЙНУ УПАКОВКИ АЛКОГОЛЬНИХ ТА БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ СЕРІЇ LIMITED EDITION	34
Хамулка А.І. РОЛЬ КОРОНИ У ФОРМУВАННІ ФРАНЦУЗЬКОГО КОСТЮМУ	36

Секція «Філологічні науки та журналістика»:

Воронцова Т.Ю. МУЛЬТИМЕДИА КАК ДИДАКТИЧЕСКОЕ СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ	39
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Клепець К.В. ОБРАЗ МІСТА У ПОВІСТЯХ ІВАНА ФРАНКА "ВОА CONSTRICTOR" ТА "ЛЕЛЬ І ПОЛЕЛЬ" ...	40
Литвиненко І.Ю. КОМУНІКАТИВНИЙ ПІДХІД У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ СТУДЕНТІВ ТЕХНІЧНИХ ЗАКЛАДІВ	43
Мадей А.С. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИСВІТЛЕННЯ ТЕМИ ОХОРОНИ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ УКРАЇНИ У ВІТЧИЗНЯНОМУ МЕДІА-ПРОСТОРІ	44
Носенко М.М. ЗАСОБИ МОВНОЇ КОМПРЕСІЇ У РЕКЛАМІ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКИХ ЗМІ)	46
Старинін А.В. ІСТОРИЧНІСТЬ В РОМАНІ ГЮНТЕРА ГРАССА «МОЄ СТОЛІТТЯ»	47
Хижняк Е.В. DIFFERENCES AND USAGE IN AMERICAN ENGLISH AND BRITISH ENGLISH	49
Секція «Педагогічні науки та освітні технології»:	
Балицький І.І., Войцехівський О.Л. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ-ПРИКОРДОННИКІВ	50
Белікова І.В. СУТНІСТЬ МОНІТОРИНГУ ЯКОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ	51
Бойко О.В. ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ ДО НАВАНТАЖЕНЬ ЮНИХ ПЛАВЦІВ НА ФОНІ ВДИХАННЯ ГПІЄНІЧНИХ ДОЗ ЕФІРНОГО МАСЛА ЛАВАНДИ (ЕОЛ)	53
Гінсіровська І.Р. ФОРМУВАННЯ ПРАКСЕОЛОГІЧНИХ УМІНЬ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З МЕНЕДЖМЕНТУ У ВИЩИХ ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ	55
Гирка І.В. ПРОБЛЕМА ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ІНФОРМАТИКИ	57
Дзундза А.І., Пранова Є.В., Літвінова В.Ю. ІНТЕРАКТИВНІ ТА ПРОБЛЕМНІ МЕТОДИ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНО-ПОЧУТТЄВОЇ СФЕРИ УЧНІВ	59
Заболотна О.Р. СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «ТВОРЧА ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ОФІЦЕРІВ-ПРИКОРДОННИКІВ»	61
Малихіна Я.А. АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОДІЄЮ ВНЗ ІЗ ЗОВНІШНІМ СЕРЕДОВИЩЕМ	63
М'ягкоход В.О. ІНКЛЮЗИВНА ОСВІТА В КОНТЕКСТІ РЕАЛІЙ СЬОГОДЕННЯ	64
Погрібна Л.С. ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ УСПІШНОЇ СОЦІАЛІЗАЦІЇ УЧНІВ ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОЇ ШКОЛИ ЗАСОБАМИ ЕКОЛОГІЧНОГО ВИХОВАННЯ	65
Серих Л.В. ВПЛИВ МИСТЕЦТВА НА ЕСТЕТИЧНЕ ВИХОВАННЯ ПІДЛІТКІВ	68
Шаповалов С.В. ПРО ПРОБЛЕМУ ОРГАНІЗАЦІЇ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ У ВНЗ	71
Шехавцов М.О. ОСНОВНІ НАПРЯМКИ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ДІТЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ	75
Юдін М.М. ДИТЯЧИЙ ТЕАТР ЯК ОДИН ІЗ ЗАСОБІВ ОРГАНІЗАЦІЇ ДОЗВІЛЛЯ ДІТЕЙ І ПІДЛІТКІВ	76
Якубовська М.С. ФОРМУВАННЯ ДЕОНТОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ СТУДЕНТІВ ВНЗ ІІІ-ІV РІВНЯ АКРЕДИТАЦІЇ (З ДОСВІДУ РОБОТИ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ТЗОВ "ЛЬВІВСЬКИЙ МЕДИЧНИЙ ІНСТИТУТ" ГАЙДУЧКА ІГОРЯ ГРИГОРОВИЧА)	80

ЗАСОБИ МОВНОЇ КОМПРЕСІЇ У РЕКЛАМІ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКИХ ЗМІ)

Носенко М.М.

Україна, м. Біла Церква,

Білоцерківський національний аграрний університет

Rассматриваются компрессионные образования и структуры как эффективные средства языковой экономии и повышения экспрессивности речи на разных языковых уровнях, а также анализируются невербальные средства текстообразования в рекламе.

Реклама є унікальним соціокультурним явищем: її формування зумовлене соціальними, психологічними, лінгвістичними факторами, особливостями «естетичної свідомості» соціуму і його культурними традиціями [4, с.80]. Основною метою реклами є вплив всіма засобами на прагматичну сферу споживачів реклами, активізація інтересу адресата і створення сприятливих умов для закріплення рекламного дискурсу у свідомості реципієнта. Вимога до рекламного тексту «максимум інформації при мінімумі слів» реалізується засобами мовної компресії, яка призводить до лаконізації тексту і разом з тим підвищує його експресивність.

За визначенням О.О. Селіванової компресія – це вияв мовної економії; стягнення складеної номінативної одиниці до одного графічного слова при збереженні семантики вихідної сполуки (заліковка, електричка). Різновидом може бути й аббревіація за умови скорочення слова чи сполуки до звуків і букв, складів, частини слів. У своєму дослідженні ми розглядаємо компресію як ущільнення одиниць різних рівнів, злиття двох і більше частин конструкцій в одну при збереженні значення цілого. За допомогою компресії зміст складного передається одиницею нижчого рангу: зміст речення вміщується в словосполученні, зміст словосполучення передається словом, складне слово замінюється похідним, похідне – простим, просте – морфемою, морфема – складом, склад – звуком.

Оскільки компресія має місце в усіх мовах і на всіх рівнях, то вона відзначається досить різноманітними засобами вираження. На фонетичному рівні досить поширеними є явища апокопи і синкопи. При фонетичній компресії в німецькій мові втрачаються особові закінчення: *ich hab'*, *ich komm'*, зустрічаються форми *'nen* замість *einen*, *raus* замість *heraus* *andermal* замість *anderes Mal*: *mit 'ner Camel kannst du locker abhängen*. Спостерігаються випадки нетрадиційного злиття прийменника з артиклем: *Unterm Krummstab ist immer noch gut wohnen*. Неймовірність смаку у рекламі морозива Magnum передає всього один звук, що графічно позначається багаторазовим повторенням букви: *mmmmmpougat*.

Компресія на морфологічному рівні виявляється у вживанні замість дієслова лише відокремлюваного префіксу, як то *los! ab! weg da!*, дієслівної форми Konjunktiv Präteritum замість Konditionalis I, дієслів *lassen*, *wissen* у модальному значенні.

Німецький словотвір має великі можливості реалізації компресії. Розглянемо, як приклад, утворення відіменникових дієслів. Причому дієслова можуть утворюватися і від запозичених лексем, як то *smsen*, *faxen*, *mailen*. Ці дієслова замінюють ціле словосполучення, а то й речення (*fax schicken*, *mail senden*). Досить поширеними у рекламі є так звані фантастичні (штучно утворені слова): *Wer imholt, hat mehr vom Leben* (реклама туристичної фірми «Imholz») [2, с.101]. У рекламі нового весняного меню в McDonald's – *Also, gemüsen Sie jetzt, grüner wird's nämlich nicht!* – дієслово-неологізм *gemüsen* відповідає своїм значенням *sich Gemüse besorgen*. У рекламі продукції Danon заголовок *Erdbeeren Sie Ihre Absatzkräfte* новоутворення *erdbeeren* має значення: досягніть цього за допомогою улюбленого багатьма полуничного смаку.

Словотвірчі конструкції ускладнюються та подовжуються внаслідок інтеграції в них цілих речень, висловлювання тяжіє до номінального стилю: *Unser Schlüsseldienst; Der Autobahnprausnsneck-informationssupermarktankshop*.

Словотвірні процеси зазнають небачених раніше змін. Означення типу *biologisch*, *ökologisch* скорочуються у складі композитів і перетворюються на так звані "конфікси": *Biosocken*, *Ökowurst*, а живі гуси стають *freilaufende Biogänse*, *bratfertig zu verkaufen*. Причому конфікси можуть з'являтися як у пре-, так і в постпозиції: *Euroflasche*, *Robotron*, *Litamin*. Словотвірні правила порушуються, крім того, вторгненням у німецькі словотвірчі засоби іншомовних елементів: *Backaria (Bäckerei)*, *alles plaketti*, *light-Margarine*.

До оказіональних компресивів необхідно віднести, нарешті, чисельні контамінації: *Kurlaub (Urlaub mit Kur)*, *wanderbares Österreich*. Вдалий приклад контамінації знаходимо у рекламі фототехніки: NEU: REVOLUZOOM. Назва мінеральної води *Vittel* є контамінацією, утвореною поєднанням латинського слова *vita* та німецького *Mittel* і набуває внаслідок цього значення «засіб життя», та зрозумілим це значення стає лиш у рекламному слогані *Vittel weckt Vitalität*.

Синтаксис також має багато можливостей для утворення компресійних форм. Редукція (усічення) синтаксичної структури пов'язана з елімінацією одного або кількох необхідних членів речення. Часто речення складаються лише з другорядних речень (додатків та обставин): *Nettes Netz zum kleinen Preis*. Підрядне речення замінюється дієприслівниковим чи дієприкметниковим зворотом: *gut betucht*. Допоміжні дієслова в аналітичних граматичних формах досить часто пропускаються у рекламних заголовках і салоганах.

Міжривнева компресія виявляється у зміні прийменникового зв'язку безприйменниковим, використанні конструкцій *geben/fühlen/wissen + Verb*, вживанні вигуків. Вигук – це найкоротший шлях для вираження емоцій і почуттів: *Pst! Darüber spricht man nicht*. Одним із засобів мовної компресії є субстантивіація службових частин мови (префіксів, займенників): *den Nachbarn haben, der das Ein und Aus ihrer Herren nie gesehen haben konnte*.

На текстовому рівні компресія реалізується у креолізованих текстах, у структуруванні яких задіяні коди різних семіотичних систем (мовних і немовних), що їх використовують у людському суспільстві для передачі інформації. Термін «креолізований» позначає семіотичний текст, що складається із знаків різної природи: знаків природної мови і знаків інших мов (зображення, формули, нотні знаки). В таких текстах задіяні графіко-візуальні й ілюстративно-візуальні методи подачі інформації. У рекламі психологічне і смислове навантаження однаково розподіляються між двома складовими – вербальним і невербальним рядами. Під невербальними складовими – розуміють немовні засоби, що супроводжують вербальну комунікацію [3, с. 327]: шрифтове варіювання (розмір шрифту, техніка виконання шрифту, колір шрифту), графічні замітники слів, нешрифтові графічні прийоми (підкреслення), аномальне написання і використання пунктуаційних знаків, образотворчі елементи, просторово-композиційне рішення.

О.С. Анисимова поділяє креолізовані тексти на тексти з частковою креолізацією і тексти з повною креолізацією [1, с. 26]. Ми в свою чергу розглядаємо як креолізовані тексти лише ті тексти, в яких між вербальним і іконічним компонентами встановлюються підлеглі відносини, при яких вербальний текст повністю залежить від образотворчого ряду і саме зображення виступає в якості необхідного елемента тексту, тобто саме ілюстрування стає елементом текстотворення, як, наприклад, у назві взуттєвого магазину Schuh4you. Якщо образотворчі елементи тексту виявляються факультативними, тобто можуть бути стерті без значної шкоди для розуміння сенсу мовного повідомлення, назвемо такі тексти просто ілюстрованими. Засобами креолізації досягається не лише економія мовних засобів, компресія, але й утримання уваги реципієнта, втягнення його у текстотворчий процес, коли він сам, неначе розгадуючи шараду, створює повідомлення.

Отже, сприяючи економії мовних засобів, компресія одночасно є засобом підвищення їх експресивності, змінює співвідношення фактичної і образної інформації. За допомогою вербальних і невербальних засобів компресії можна управляти сприйняттям реципієнта і, навіть, програмувати необхідне трактування рекламного тексту. Вдалий вибір мовних та паралінгвістичних засобів гарантує рекламній продукції максимальну сугестивність та переконливість, досягаючи максимального за мінімальних мовних затрат.

Список джерел і літератури

1. Анисимова Е.Е. *Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолізованных текстов): Учеб. пособие для студ. фак. иностр. яз. вузов.* — М.: Издательский центр «Академия», 2003. — 128 с.
2. Прищепя В.С. *Компресія в системі німецьких компаративних тропів // Волинь-Житомирщина: історико-філологічний збірник з регіональних проблем. Вип. 9. – Житомир, 2002. – С. 98-103.*
3. Селиванова Е. А. *Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие / Е.А. Селиванова.* — К.: ЦУЛ, Фитосоциоцентр», 2002. — 336 с.
4. Чуланова Г.В., Моїсеєнко М.В. *Композиційні та функціональні особливості креолізованого рекламного тексту на матеріалі реклами автомобілів. Філологічні трактати.* — Том 3, №4 '2011. — С.80-84.
5. Prischtschera V.E. *Zur Struktur und Funktion einiger Kompressiva im Deutschen // Питання германської філології та методики викладання іноземних мов.* — Житомир, 1983. — С.118 – 122.
6. Gau, Daniela. *Effiziente sprachliche Strategien in der Werbung // www.transfer-zeitschrift.net/aktuell/heft_0307.html.*
7. Nord, Oliver. *Die Funktion von Wortspielen in Werbeanzeigen. Untersuchungen zur Werbewirksamkeit anhand eines Zeitungskorpus // www.ono-line.de*

ІСТОРИЧНІСТЬ В РОМАНІ ГЮНТЕРА ГРАССА «МОЄ СТОЛІТТЯ»

Старинін А.В.

Україна, м. Мелітополь, Мелітопольський державний педагогічний університет ім. Б.Хмельницького

В данній статтє речь ідет о восприятти и специфике отображения исторического прошлого автором художественного произведения. Немецкий писатель Гюнтер Грасс в романе «Моё столетие» пытается показать прошлое с точки зрения современности с помощью различных художественных методов и средств.

Г. Грасс належить до генерації неспокійних, спірних письменників, які своєю творчістю намагалися зруйнувати звичні уявлення про суспільно-політичне життя Німеччини, висміяти обивательський ідеалізм, буденну мораль та національні святині, на прикладі своїх героїв показати хиткість людського існування у сучасному суспільстві.

Злободенна тематика і актуальна проблематика грассівських творів, незвичайні гротескно-сатиричні образи, винятково складна поетика привертала увагу вітчизняних і зарубіжних науковців, серед них Д. Затонський, К. Шахова, С. Варецька, С. Мапенка, В. Дегтяренко; М. Райх-Раніцькі, Г. Арнольд, Г. Плард, Й. Гібер, Н. Гонза, Г. Ціммерманн, Д. Штольц, Р. Кюн та інші.

Провідною темою багатьох творів Г. Грасса є історія Німеччини та німецького народу. Тяжіння до відображення історичного минулого пояснюється тим, що Грасс крім літературної діяльності більшу частину свого життя був громадським та політичним діячем. Своєрідним підсумком історичного минулого Німеччини ХХ ст. став роман Г. Грасса «Моє століття» («Mein Jahrhundert»), який світ побачив на межі тисячоліть у 1999 році.

У цьому романі автор робить спробу охарактеризувати ХХ століття як свідок, як літератор, як художник, як звичайна пересічна людина [2, с.10]. До кожного року письменник обрав одну історичну подію, епізод або тему, яка, з його точки зору, була важливою у ретроспективному плані і заслуговувала на висвітлення у творі. Вже сама назва книги вказує на те, що це століття було і справді століттям самого письменника, бо автор подає своє власне бачення тогочасних подій, проблем, ситуацій. Завдяки цьому «книга є такою повчальною не лише стосовно