

ООО «КОМПАНИЯ «МИРАНДА»

ВСЕУКРАИНСКАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
«АССОЦИАЦИЯ ПРАВООЗАЩИТНИКОВ «ФЕМИДА»

ТОВАРНАЯ БИРЖА «УНИВЕРСАЛЬНАЯ БИРЖА «МИРАНДА»

НАУЧНЫЕ ИТОГИ

*сборник научных трудов по материалам
Международной научно-практической конференции
“Научные итоги - 2011”
Часть 2*

Киев - 2011



УДК 001.891 «2010»(06)
ББК 72я43
3-45

3-45 **Наукові підсумки.** /Збірка наукових праць. — К.: НАИРИ, 2011. — 157 с.

В сборнике представлены материалы международной научно-практической конференции «Научные итоги 2011 года».

ББК 72я43

Наукове видання

Наукові підсумки

Збірка наукових праць
за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції
«Наукові підсумки — 2011»

Підписано до друку 28 грудня 2011 р. Формат 60х84/16. Ум. друк. арк. 17,10
Наклад 120 прим. Зам. № 45

Видавництво «НАІРІ».
02140, Київ, пр-т Бажана, 24/1–100.
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК №2128 від 17.03.2005.

@ ООО «Компания “Миранда”»



ЗМІСТ - СОДЕРЖАНИЕ

Экономическая безопасность как объективная составляющая периода перехода экономики России на инновационный путь развития	
<i>Ивола Антон Борисович</i>	5
Использования систем дистанционного обучения на базе Web 2.0	
<i>Осипов Михаил Юрьевич</i>	7
Разработка модели сетевой распределенной файловой системы	
<i>Богдзиевич Роман Игоревич</i>	9
Образ радянської дитини в офіційному візуальному дискурсі післявоєнної УРСР (1945-поч. 1950-х рр.)	
<i>Водолага Ольга Володимирівна</i>	11
Нейрофізіологічні особливості рівня тривоги мешканців донбасу та оцінка впливу одорантів на біоелектричну активність мозку	
<i>Котлярова Інна Вікторівна, Кузьменко Юлія Олександрівна, Говта Микола Віталійович</i>	14
Способи введення термінологічної лексики у тексти художньої літератури та засобів масової інформації	
<i>Грицай Ірина Сергіївна</i>	16
Маркетинговий підхід в управлінні банківською діяльністю	
<i>Скритік Олексій Михайлович</i>	17
Music from the fractals	
<i>Бойко Інна Борисовна</i>	19
Шляхи покращення міжнародного іміджу України	
<i>Сливка Вікторія Вадимівна</i>	22
Обличчя дитячої безпритурності в оповіданні Л. Сейфулліної «Правопорушники»	
<i>Гузініна Тетяна Володимирівна</i>	25
Композиція і сюжет повісті «Марко Проклятий» О. Стороженка	
<i>Рудецька Наталія Михайлівна</i>	30
Матеріально-технічне забезпечення функціонування місцевих подразделень корпусу жандармов в 1826-1860 гг.	
<i>Романов Валерій Васильєвич</i>	35
Развитие института несостоятельности (банкротства) физических лиц в России	
<i>Кузьмина Ирина Константиновна</i>	40
Правовая охрана лесов: прошлого и настоящее	
<i>Насонова Альбина Владимировна</i>	43
Соціалізація та соціальне виховання учнівської молоді Закарпаття у контексті педагогічної спадщини Августина Волошина	
<i>Бобела Світлана Іванівна</i>	46
Анализ эффективности алгоритмов фильтрации грубых ошибок в пространственной фототриангуляции с использованием координат центров проекции снимков	
<i>Шошина Екатерина Юрьевна</i>	48
Право як соціальне явище	
<i>Данько Вікторія Юрївна</i>	52
Фактори та чинники динаміки міжнародних систем	
<i>Глушаниця Катерина Михайлівна</i>	54
Здійснення екологічного контролю небезпечних вантажів в зоні митного контролю	
<i>Довга Наталія Володимирівна, Іванисенко Іван Сергійович, Бондаренко Анастасія Олександрівна</i>	57
Влияние послеуборочной очистки на технологические и посевные свойства зерна озимой пшеницы в северной зоне Узбекистана	
<i>Султанова Зульфия Султановна</i>	60
Медіація: запровадження в Україні та порівняння з іншими способами альтернативного розв'язання спорів	
<i>Родіонов Станіслав Ігорович</i>	62
Тематичні характеристики молодіжних блогів Німеччини	
<i>Волошенко Ірина Василівна</i>	66
Переваги та перспективи використання IPO як методу фінансування українських компаній	
<i>Лис Олена Борисівна</i>	68
Становище кримських татар, вірмен, греків, німців у Кримській області у 1944 – 1989 рр.	
<i>Толстеньова Вікторія Олегівна</i>	71
Среда моделювання вичислень в GRID	
<i>Дядьк Дмитрій Сергеевич</i>	72



Способи введення термінологічної лексики у тексти художньої літератури та засобів масової інформації

Розглянуті способи введення технічних термінів у художні твори і матеріали засобів масової інформації.

Ключові слова: терміни, художній текст, ЗМІ, стилістична функція.

Рассмотрены способы введения технических терминов в художественные тексты и материалы средств массовой информации.

Ключевые слова: термины, художественный текст, СМИ, стилистическая функция.

The ways of introduction of technical terms into belles-lettres and mass media texts.

Keywords: terms, belles-lettres text, mass media, stylistic function.

Грицай Ірина Сергіївна

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»

З розвитком науки та техніки відбувається впровадження у мову все більшої кількості лексичних одиниць, що позначають предмети та явища, технології та процеси різних технічних та наукових галузей знань. Термінологічні одиниці проникають не лише у наукові трактати і технічні тексти, але й з'являються у нехарактерному для них середовищі функціонування – у творах художньої літератури та засобах масової інформації (ЗМІ). Все частіше автори залучають до художнього тексту терміни для не тільки для опису певних наукових явищ, предметів технічних галузей знань, але й для вираження характеристик героя, його уподобань та занять. У засобах масової інформації терміни найчастіше використовуються для опису технічних новинок, тенденцій та відкриттів у науковій сфері. Також термінологічна лексика широко вживається у різних науково-популярних передачах.

Використання термінів у художній літературі зумовлене тим завданням, яке ставить той чи інший автор, його естетичним смаком і майстерністю. У тексті твору терміни виконують певні стилістичні функції [2, с. 1]. Основною умовою стилістичного використання термінів є чітке виявлення термінологічного значення. Іншими словами, передумовою для стилістичного використання терміна є його повна співвіднесеність з одним, і тільки з одним термінологічним рядом [1, с. 59]. У художньо-белетристичному стилі терміни використовуються в прямому та в переносному значенні. У прямій (дефінітивно-номінативній) функції вони вживаються в творах на відповідну тему, тобто в таких, де розповідається про різні процеси та технології [3, с. 96]. Семантика термінів, що виконують номінативну і комунікативну функції, великою мірою залежить від індивідуальних авторських прийомів введення їх у мовну тканину прозового твору.

На думку Т.В. Катіш [2, с. 9], термінологічна лексика у художні твори вводиться переважно без пояснень. Як правило, це часто вживані терміни, пов'язані з виробництвом, з різними галузями науки, техніки, тому вони зрозумілі для сучасного масового читача. Велику роль у розкритті семантики терміна відіграє його внутрішня форма, яка вказує одночасно на поняття й ознаку, на основі яких названо предмет (*літальний апарат, пульт керування, генератор, індикатор, вольтметр*). Такі спеціальні слова виступають із вмотивованим значенням і не потребують пояснення. Якщо ж у художню тканину твору треба ввести вузькоспеціальні терміни, то їх значення, як правило, пояснюється автором. Пояснення спеціального слова в художніх текстах буває повним або частковим, препозитивним або постпозитивним (у примітці, в дужках, у лапках).

У художній літературі, для якої точні наукові дані не мають вирішального значення, дефініції як таких немає. Якщо ж за умовами контексту в них з'являється необхідність, то вони найчастіше подаються у зносках, щоб не відволікати увагу тих читачів, які володіють цією термінологічною лексикою, і, навпаки, привернути увагу читачів-неспеціалістів.

Терміни часто виступають у ролі синонімів до загальноновживаних слів, за допомогою яких розкривається значення спеціального слова. Іноді науково-технічний термін вводиться в образний мікроконтекст, за допомогою якого відбувається часткове розкриття змісту терміна. Ступінь розкриття змісту терміна більшою мірою залежить від функції, яку він виконує в контексті. Виконуючи декоративну роль, термін майже не потребує пояснення, а для реалізації комунікативної функції – тлумачення необхідне, інакше спеціальні слова будуть перешкоджати розумінню тексту [2, с. 9].

Входячи в різні жанри художньо-белетристичного стилю, термінологічна лексика набуває виразних стилістичних функцій. Але треба бути обережним при використанні цієї лексики, не первантажувати нею художнього твору, не знижувати його мовних якостей. При введенні термінів до системи виразних засобів слід зважати на об'єкт мистецького зображення, на індивідуальні особливості творчого методу письменника, на його естетичні уподобання. Уміле використання цього розряду слів розширює тематичні обрії літератури, сприяє подальшому збагаченню палітри мовно-зображальних засобів письменства [3, с. 96].



Використання термінологічної лексики в художніх текстах не повинне ускладнювати сприймання тексту. Тут терміни вживаються не лише для того, щоб назвати поняття, а й для того, щоб з'ясувати сутність явища, розкрити його зміст. Крім уживання термінів у пряму значенні, в публіцистичному стилі вони використовуються як виразний зображальний засіб [3, с. 96]. Функціонуючи зокрема у газетному тексті, терміни втрачають деякі свої якості та отримують нові. Термін може зберігати свою номінативну функцію, але, якщо його поставити у невідповідний контекст, створює комічний ефект.

Отже, у художніх текстах та матеріалах ЗМІ терміни можуть використовуватись як у пряму значенні, позначаючи специфічні предмети і поняття, а також у переносному, набуваючи нових стилістичних відтінків і значень. Терміни можуть вводитись у художній чи телевізійний текст з поясненням чи без, іноді для тлумачення вузькоспеціальних слів використовуються посилання. Варто пам'ятати про те, що введення термінологічної лексики не повинно ускладнювати текст, зберігаючи його прагматичне призначення і стилістику.

Список використаної літератури:

1. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1958. – 459 с.
2. Катиш Т. В. Особливості функціонування термінологічної лексики в мові української фантастики: автореф. дис. канд. філол. наук: 10.02.01 / Т.В. Катиш. – Д., 2004. – 19 с.
3. Пономарів О.Д. Стилiстика сучасної української мови. Підручник / О.Д. Пономарів. – К.: Либiдь, 1993. – 248 с.

УДК 33

Економічні науки
Гроші, фінанси і кредит

Маркетинговий підхід в управлінні банківською діяльністю

Розглянуто проблеми з якими стикаються банки у сучасних умовах при застосуванні у своїй діяльності основних положень маркетингу.

Ключові слова: маркетинг, банк, розвиток, сучасні умови.

Рассмотрены проблемы с которыми сталкиваются банки в современных условиях при применении в своей деятельности основных положений маркетинга.

Ключевые слова: маркетинг, банк, развитие, современные условия.

Addressed issues faced by banks under present conditions in the application of its basic provisions of the marketing.

Keywords: marketing, bank, expansion, modern environment.

Скріпник Олексій Михайлович
Харківський інститут банківської справи УБС НБУ

Маркетингова діяльність комерційного банку складається з двох взаємодоповнюючих частин: маркетингових досліджень і комплексу маркетингу. Необхідною умовою організації системи маркетингу в банку є взаємозв'язок маркетингових досліджень як інструменту одержання інформації про суб'єктів фінансового ринку й інструментів комплексу маркетингу, які повинні розвиватися на основі результатів маркетингових досліджень і з урахуванням вибраної маркетингової стратегії. Банківська криза, що розгорнулася в Україні, показала, наскільки неякісною була робота менеджменту банків. Функціонування банків у посткризовий період відбувається в умовах високих ризиків, що спричинило значні збитки банків, і є свідченням недостатньої фінансової стабільності. Високі ризики в діяльності банків є стримуючим чинником кредитування економіки та населення і свідчать про необхідність застосування маркетингового підходу в управлінні банківською діяльністю.

Проблеми необхідності впровадження маркетингових принципів у банківську сферу присвячені праці вітчизняних та зарубіжних вчених: А.С. Гальчинського, О.В. Дзюбюка, А.О. Єфіфанова, А.М. Мороза, Ф. Котлера, А.В.Нікітіна, А.Ф. Павленка, М. Портера, Л.Ф. Романенко, С. Харісона та інших. Однак, незважаючи на численні наукові публікації, питання використання маркетингового підходу до управління банківською діяльністю висвітлено недостатньо.

Важливим завданням сучасного маркетингу є забезпечення процесів втілення новітніх інструментів дослідження та автоматизації банківських операцій і технологій зі вдосконалення наявних і створення та просування нових банківських послуг, поліпшення якості обслуговування клієнтів, що сприятиме задоволенню потреб клієнтів, забезпеченню фінансової стійкості та конкурентоспроможності вітчизняних банків. Як