

**МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА
ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЯ**

**«ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
НАУКИ І ОСВІТИ
В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»**



ВИПУСК 110

31 жовтня 2024 р.

м. Переяслав

УНІВЕРСИТЕТ ГРИГОРІЯ СКОВОРОДИ
В ПЕРЕЯСЛАВІ

Рада молодих учених університету

Матеріали
Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції
**«ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
НАУКИ І ОСВІТИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ»**

31 жовтня 2024 року

Вип. 110

Збірник наукових праць

Переяслав – 2024

УНИВЕРСИТЕТ ГРИГОРИЯ СКОВОРОДЫ
В ПЕРЕЯСЛАВЕ

Совет молодых ученых университета

Материалы
Международной научно-практической интернет-конференции
**«ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ
НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ»**

31 октября 2024 года

Вып. 110

Сборник научных трудов

Переяслав – 2024

УДК 001+37(100)
ББК 72.4+74(0)
Т 33

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації»: Зб. наук. праць. Переяслав, 2024. Вип. 110. 186 с.

ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР:

Коцур В. П. – доктор історичних наук, професор, академік НАПН України

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Воловик Л. М. – кандидат географічних наук, доцент

Гузун А. В. – кандидат біологічних наук, доцент

Євтушенко Н. М. – кандидат економічних наук, доцент

Кикоть С. М. – кандидат історичних наук (відповідальний за випуск)

Носаченко В. М. – кандидат педагогічних наук, доцент

Руденко О. В. – кандидат психологічних наук, доцент

Садиков А. А. – кандидат фізико-математичних наук, доцент (Казахстан)

Скляренко О. Б. – кандидат філологічних наук, доцент

Халматова Ш. С. – кандидат медичних наук, доцент (Узбекистан)

Юхименко Н. Ф. – кандидат філософських наук, доцент

Збірник матеріалів конференції вміщує результати наукових досліджень наукових співробітників, викладачів вищих навчальних закладів, докторантів, аспірантів, студентів з актуальних проблем гуманітарних, природничих і технічних наук

Відповідальність за грамотність, автентичність цитат, достовірність фактів і посилань несуть автори публікацій

©Університет Григорія Сковороди
в Переяславі

©Рада молодих учених університету

УДК 001+37(100)
ББК 72.4+74(0)
Т 33

Материалы Международной научно-практической интернет-конференции «Тенденции и перспективы развития науки и образования в условиях глобализации»: Сб. науч. трудов. Переяслав, 2024. Вып. 110. 186 с.

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР:

Коцур В. П. – доктор исторических наук, профессор, академик НАПН Украины

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Воловик Л. М. – кандидат географических наук, доцент

Гузун А. В. – кандидат биологических наук, доцент

Евтушенко Н. Н. – кандидат экономических наук, доцент

Кикоть С. Н. – кандидат исторических наук (ответственный за выпуск)

Носаченко В. Н. – кандидат педагогических наук, доцент

Руденко О. В. – кандидат психологических наук, доцент

Садыков А. А. – кандидат физико-математических наук, доцент (Казахстан)

Скляренко О. Б. – кандидат филологических наук, доцент

Халматова Ш. С. – кандидат медицинских наук, доцент (Узбекистан)

Юхименко Н. Ф. – кандидат философских наук, доцент

Сборник материалов конференции вмещает результаты научных исследований научных сотрудников, преподавателей высших учебных заведений, докторантов, аспирантов, студентов по актуальным проблемам гуманитарных, естественных и технических наук

Ответственность за грамотность, аутентичность цитат, достоверность фактов и ссылок несут авторы публикаций

©Университет Григория Сковороды
в Переяславе

©Совет молодых ученых университета

жакын танысуға құмартқан жандар ауылды жерде ғана емес, қаланың өзінде де көптеп табылады.

Біз балалар жазушысы Сапарғали Бегалиннің жас ұрпаққа экологиялық тәрбие беретін туындыларының ұлттық болмыспен байланыстыратын бағыттарына ғана тоқталдық. Өйткені бүгінгі күн проблемасына арналған тәлімі мол туындылар оқырмандардың назарын ерекше аударады. Автордың жас оқырмандары бұл саладағы шығармаларды қызыға оқып, жан-жақты тәлім алары анық.

Қорыта келгенде, С.Бегалин өз өмірінің негізгі кезеңдерін, ізденісін ақын тап басып тауып айтқан, қысқа айтқан, нанымды айтқан. Біз үшін бір бағалысы-сол жылдың бәрінде С.Бегалин өзінің туған халқының бар өзі білген жақсы мінезін, сырын, ақылын, даналығын бойына жинай беріпті, өзін де, өзгені де байытар рухани мол күш жинаған. Бұл–оның даналығының белгісі.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Экологиялық білім бағдарламасы. Ы.Алтынсарин атындағы Қазақтың Білім академиясының республикалық баспа кабинеті. Алматы: 1997. 129 б.
2. Таңатарова Қ.Т. Кәсіби мамандықтарға сәйкес экологиялық білім берудің ерекшеліктері. *Қазақстан жоғары мектебі*. 1999. №2. 156 б.
3. Қирабаев С. Революция және әдебиет. Екі томдық. Алматы: Жазушы, 1997. 375 б.
4. Қирабаев С. Ақсақал. Кітапта: Қирабаев С. Әдебиет және дәуір талабы: Сын мақалалар мен зерттеулер. Алматы: Жазушы, 2011. 293 б.
5. Бегалин С. Повесть пен әңгімелер: 2 томдық шығармалар. Алматы: Жазушы, 1996. 379 б.
6. Жәмішев Ә. Балалар жанының бағбаны. Кітапта: Жәмішев Ә. Кезең кестелері. Алматы, 1984. 188 б.

УДК 82.09(73)

*Альона Советна, Катерина Старкова
(Черкаси, Україна)*

МІКРОПОЛЕ ЧОРНОГО КОЛЬОРУ В РЕКЛАМАХ ІНТЕР'ЄРУ

Стаття присвячена дослідженню вживаності чорного кольору в рекламі інтер'єру в англomовній та німецькомовній періодиці. Аналізується частотність вживання та різноманіття мікрополя.

Ключові слова: колір, реклама, чорний.

The article is devoted to the study of the use of black color in interior advertising in English- and German-language periodicals. The frequency of use and diversity of the microfield are analyzed.

Keywords: color, advertising, black.

Актуальність дослідження визначається, з одного боку, вагомістю колоративної семантики в просторі рекламних текстів; з іншого – недостатністю її вивчення в порівняльному аспекті, а також важливістю комплексного висвітлення специфіки реклами інтер'єру в дзеркалі німецької та англійської мов.

У сучасному мовознавстві дослідженням кольорової картини світу та її мовної реалізації займалися вітчизняні та зарубіжні вчені.

При цьому семантика кольору розглядалася не тільки в системно-мовному аспекті, а й з позиції функціонально-текстової представленості, яка враховує психологічну і символічну її складову. У німецькій мові дослідження кольоропозначень в основному

стосувалися етимологічної області, або сучасного становища кольорової лексики по відношенню до інших пластів лексичної системи.

Слід відзначити, також, Б. Берліна і П. Кея, які виділили в своїх роботах «основні» кольоропозначення для всіх мов. Дослідивши матеріали 98 мов, автори дійшли висновку про існування 11 основних понятійних категорій кольору. Згодом дана теорія, ставиться під сумнів так само як і можливість виділення понятійних категорій.

Значення кольору активно проникає в сферу рекламного дискурсу як важливої сфери масової комунікації, що охоплює вербальні і образотворчі її параметри. Орієнтація на семантику кольору з урахуванням даних двох або декількох мов дозволяє визначити їх лінгвокультурну специфіку. Незважаючи на те, що реклама порівняно молода явище, цей напрямок досить динамічно розвивається, реклама стає об'єктом вивчення багатьох дослідників різних галузей знань (соціологів, економістів, юристів, психологів). У мовознавстві рекламний текст розглядається з різних позицій: семіотики, психолінгвістики, стилістики, лінгвістики тексту тощо.

Праці зарубіжних та вітчизняних вчених охоплюють широкий діапазон вивчення реклами. У німецькому мовознавстві ще на початку 20-х років минулого сторіччя в світ вийшла книга Н. Behrmann «Reklame» [1923]. Але все ж перший прорив в дослідженнях питання реклами припадає на повоєнний час.

В 50-х роках приділяється велика увага поняттю реклами у мовознавстві. Мовознавці Plate [1963], Wendelken [1967], Oßwald / Gramer [1968] виступають з першими серйозними роботами з даної проблеми. Сила маніпуляції і мотивів в рекламі розкрита в багатьох дослідженнях. Як наслідок в 70-х роках ХХ ст. з'являються праці вчених, які виступають проти реклами і підкреслюють її негативний вплив.

В 80-х рр. поступово зростає популярність реклами і вже на початку 90-х років спостерігається справжній зліт, в якому переважає спеціальна постановка питання. Праці вчених щодо теле- і радіореклами, які з'являються вкрай рідко, починають привертати увагу, але не є першорядними.

В контексті комунікації рекламою цікавився Кук [1992]. Він виділяє рекламу як дискурс та досліджує, насамперед, англійську телерекламу. На його думку, вербальний текст та загальний комунікативний контекст утворюють дискурс. До того ж він порівнює рекламу з літературою.

Мета дослідження – проаналізувати семантику і функціонування кольоропозначень в рекламах інтер'єру німецькою та англійською мовами.

Поставлена мета передбачає розв'язання наступних конкретних завдань:

1. проаналізувати поняття колоративної лексики;
2. охарактеризувати семантику і призначення ахроматичних лексем в рекламах інтер'єру німецькою та англійською мовами;
3. встановити аспекти взаємодії-семантики кольору та світла в рекламах інтер'єру.

Об'єкт дослідження – рекламні тексти інтер'єру німецькою та англійською мовами.

Предметом дослідження є колоративна лексика в системі рекламних текстів інтер'єру німецькою та англійською мовами. При цьому «інтер'єр» розуміється – як архітектурно і художньо-оформлений внутрішній простір будівлі, приміщення.

Головним методом дослідження є метод синхронного лінгвістичного опису, порівняльний метод, метод компонентного аналізу слова, а також метод дискурсивно-контекстуального аналізу.

Матеріалом для дослідження є картотека, отримана методом вибірки з німецько- та англійськомовних журналів «Wohnen Traume», «Die Neuen Bader», «Country Living», «Good Homes», «Home and Design» рекламних проспектів, буклетів, а також Інтернету.

Чорний колір майже в усіх світових культурах асоціюється з темрявою і символізує смерть, печаль, горе, зло, негатив. В.І. Даль дає визначення лексеми «чорний» як найтемніший колір, колір сажі. С.І. Ожегов тлумачить слово «чорний» як колір сажі і вугілля.

У нашому дослідженні мікрополе чорного тону не володіє великим розмаїттям. В рекламах інтер'єру зустрічаються: *чорний, антрацит, червоно-чорний*; а також *червоно-сіро-чорний*, в німецькій мові: *schwarz, antrazit*, в англійській *black, stained black, stained dark, jet black, inky*. Маловживаність даної лексеми пов'язана, насамперед, з тим, що включає в собі негативну оцінку даного кольору.

В рекламах інтер'єру чорний колір комбінують з більш світлими відтінками, особливо з білим. Це необхідно для додавання позитивної конотації чорному кольору.

Примітний той факт, що темний може відноситись до чорного кольору. Певною мірою його можна розглядати і як гіперболізацію відтінку предмета.

При використанні чорного кольору, кімната, до якої віднесено «кольоропозначення, рідко конкретизується, але в деяких випадках можна побачити співвідношення до кухні. У плані сполучуваності з предметами побуту і інтер'єру найбільш частотним є вживання з меблями (стілець, стіл, табурет).

В **німецькій мові** зазначений наступний ряд чорного відтінку *schwarz, schwärzlich, tiefschwarz, pechschwarz, holzschwarz, rabenschwarz, kohlrabenschwarz, pechrabenschwarz, kohlpechrabenschwarz, nachtschwarz, elfenbeinschwarz, blauschwarz, graaschwarz, braunschwarz, schwarz wie Ebenholz, wie die Nacht*.

В німецьких рекламах лексема «чорний» також, не актуальна. Нами виділені всього два відтінки: «**Schwarz**» (чорний), «**Antrazit**» (антрацитовий). «Колоратив «**schwarz**» позначає *von schwarzer Farbe, ohne jede, Heiligkeit, ganz dunkel, wie die Farbe der Nacht*, тобто «дуже темний, колір ночі». Наприклад: «*Sieht sie nicht edel aus, unsere **schwarze** Keramikvase mit feiner Spitzenmanschette?*» [1; 80], «*Schlicht und finkcional: die Küche besticht durch die dezente Farbwahl in **weiß, grau und anthrazit**. Eine warme Note fugt das Buchenparkett hinzu*» [4, 45].

Було помічено, що чорний колір частіше вживається в рекламах з іншими кольоропозначеннями. Ми припускаємо, що це явище відбувається через негативну оцінку даного кольору. А реклама не допускає нічого похмурого, отже, його протиставляють з більш яскравими і соковитими кольорами. Звернемося до прикладів: «*Ein elegantes Ambieten in **Schwarz und Weiß** mit liebevoll arrangierten Accessoires*» [1, 67].

В англійській мові зазначений наступний ряд чорного відтінку: *black, dark, dim, ebony, bleak, gloomy, sable, pitch-black, jet-black, coal-black, raven*.

В англійських рекламах лексема «чорний» вживається дуже рідко. Нами виділені всього три відтінки: *black (чорний), inky (чорнильний), stained dark (темний)*.

В електронному он-лайн словнику англійської мови колоратив «**black**» (чорний) трактується як: *the very darkest color; the opposite of white; colored like coal, due to the absence of or complete absorption of light*.

В рекламах інтер'єру «**black**» використовується дуже рідко. Наприклад:

«*I loved the fireplace, the open floor plan, the high ceilings and the exposed brick in the **black***» [5, 30]. «*Bay windows at both the front and back of the house bring in light, and oak floors were conveniently **stained dark***» [2, 34]. «*The **inky** floors and gray walls not only provide visual continuity on the main level, but also set a casual yet elegant tone in the overall décor*» [3, 75].

Чорний колір поєднується в основному з предметами інтер'єру, а саме меблів, в тексті комбінується з іншими відтінками. В просторовому відношенні, дане кольоропозначення використовується в німецькій рекламі кухні, в англійській мові – узагальнено іменником «кімната».

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Baden in Art deco. Wohnen Traume. 2013. №4. S. 62-83.
2. Mattax C. Set a festive scene. Home and Design. 2014. №2. P. 33-47.
3. Mitchell A. Pretty porches that feel plucked straight out of stars hollow. Good Homes. 2014. №5. P. 74-83.
4. Qureshi N. So gehet bad heute. Die neuen Bader. 2013. №5. S.48-54.
5. Smith S. Tour this restored upside down cottage in Buckinghamshire. Country Living. 2014. №3. P. 26-39.

ЗМІСТ / СОДЕРЖАНИЕ

ТУРИЗМ І РЕКРЕАЦІЯ / ТУРИЗМ И РЕКРЕАЦИЯ

Валентин Цільо

АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ І ЗАГРОЗ

ГІРСЬКОЛИЖНОГО КОМПЛЕКСУ «ПОДОБОВЕЦЬ»

5

ЕКОНОМІКА / ЭКОНОМИКА

Anna Maksymova, Evelina Enaky

STRATEGIC DIRECTIONS OF ENSURING THE SECURITY OF THE STATE

IN THE CONTEXT OF ENSURING THE ECONOMIC NEEDS

OF ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF MARTIAL LAW

7

МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ / МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ

Daria Bolshak, Kseniia Kugai

LINGUISTIC TOOLS FOR INFLUENCING CONSUMERS IN MARKETING

10

Angelina Semon

STAFF STABILITY IN THE FACE OF MARKET CHALLENGES

13

Олена Субот

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ

В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

16

Олена Субот

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ

В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

19

Анастасія Шевченко

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТУ У СПОРТИВНІЙ СФЕРІ

21

ІСТОРИЧНІ НАУКИ / ИСТОРИЧЕСКИЕ НАУКИ

Олексій Купченко-Гринчук

КОМАНДНА СТРУКТУРА АНГЛІЙСЬКОГО НАЙМАНОВОГО ВІЙСЬКА

В ПЕРІОД СТОЛІТНЬОЇ ВІЙНИ (1337-1453)

26

ЮРИДИЧНІ НАУКИ / ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ

Совет Алтайбаев, Виктория Ким

ЛИШЕНИЕ СВОБОДЫ НА ОПРЕДЕЛЕННЫЙ СРОК

30

Кулбагила Байкенжина, Ахтан Асылбеков

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ

НАСИЛЬСТВЕННЫХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

33

Назарбек Бекбатыров, Ахтан Асылбеков

ХАРАКТЕРИСТИКА ЛИЦ, СОВЕРШАЮЩИХ НАСИЛЬСТВЕННЫЕ

ПРЕСТУПЛЕНИЯ

38

Назарбек Бекбатыров, Алтынай Ахметова

АДАМ ЖӘНЕ АЗАМАТТАРДЫҢ МӘЕНИ ҚҰҚЫҚТАРЫНЫҢ ТҮСІНІГІ,

БЕЛГІЛЕРІ, КЕПІЛДІКТЕРІ

42

Назарбек Бекбатыров, Даулет Дакиев

МЕХАНИЗМ ВЗЫСКАНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛНЕНИЯ

АЛИМЕНТНЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

46

Аманбек Машабаев, Темирлан Еркинов

БАНДИТИЗМНІҢ СУБЪЕКТИВТІК СИПАТТАМАСЫ

49

Аманбек Машабаев, Асемай Нурмаханова

ҚЫЛМЫСҚА ҚАТЫСУШЫЛАРДЫҢ ЖАУАПТЫЛЫҒЫ

52

Аманбек Машабаев, Амина Төретай

АЛАЯҚТЫҚ ҚЫЛМЫСЫНЫҢ ОБЪЕКТІСІ

57

МИСТЕЦТВО / ИСКУССТВО

Марина Федоренко, Галина Олійник

АНАЛІЗ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЖІНОЧОГО КОРСЕТУ ПРОТЯГОМ СТОЛІТЬ

62

ПЕДАГОГІКА / ПЕДАГОГИКА

Sofia Babanina, Maria Basaliuk

CREATING AN EFFECTIVE LEARNING ENVIRONMENT:
KEY PHYSICAL ASPECTS

66

Марина Гамурар

ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПЕДАГОГА
В УМОВАХ ІНКЛЮЗИВНОГО ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

68

Шұғыла Дүйсенбаева, Ералхан Аханұлы, Айдос Абдыхалық

МАТЕМАТИКА САБАҒЫНДА «ҚОСПА, ҚОРЫТПА ЖӘНЕ ЕРІТІНДІЛЕР»
ТАҚЫРЫБЫНДАҒЫ ЕСЕПТЕРДІ ШЕШУ ӘДІСТЕРІН ОҚУШЫЛАРДЫҢ
ТҮСІНУІ ЖӘНЕ ЕСЕПТЕР ШЫҒАРУДА ҚОЛДАНА БІЛУ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

71

Ляйля Иманкулова, Аида Нахишман

БОЛАШАҚ БАСТАУЫШ СЫНЫП ПЕДАГОГТАРЫН ДАЯРЛАУДА
КӨРКЕМ ЕҢБЕК ПӘНІНДЕ СМАРТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОЛДАНУ
МҮМКІНДІКТЕРІ

77

Анжела Кицкай

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ТОЛЕРАНТНОГО СТАВЛЕННЯ
ДО ДІТЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ В ІНКЛЮЗИВНО-ОСВІТНЬОМУ
СЕРЕДОВИЩІ

82

Anastasia Kovalchuk

THE FOUNDATIONS OF A SUCCESSFUL LEARNING ENVIRONMENT

84

Вадим Левицкий

ОКРЕМІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕСТЕТИЧНОГО ВИХОВАННЯ УЧНІВ
МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ З ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ
ПОРУШЕННЯМИ

86

Леонід Лісовський

ВИКОРИСТАННЯ ПРИЙОМУ «ДАЙДЖЕСТ» ПРИ ВИКЛАДАННІ
ГЕОГРАФІЧНИХ ДИСЦИПЛІН У ФАХОВИХ КОЛЕДЖАХ

89

Світлана Луценко

СУТЬ МОТИВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
УЧНІВ НА УРОЦІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

91

Mavluda Mavlonova

NAVIGATING THE LINGUISTIC LANDSCAPE: EXPLORING STRATEGIES
AND INNOVATIONS IN GLOBAL LANGUAGE EDUCATION

94

Катерина Погосова

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК ЧИТАННЯ В УЧНІВ
З ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ ПОРУШЕННЯМИ

96

Elza Salakhova

CURRENT ISSUES IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES
IN TECHNICAL UNIVERSITIES

99

Гулайым Салғараева, Аружан Бахитжанова,

Ақмарал Бастар, Айнура Бекишева

БАСТАУЫШ СЫНЫП ОҚУШЫЛАРЫНЫҢ ОЙЫН ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫ
АРҚЫЛЫ КОММУНИКАТИВТІК ДАҒДЫЛАРЫН ҚАЛЫПТАСТЫРУ

101

Зінаїда Сємкова

ДУХОВНО-МОРАЛЬНЕ ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ
МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ

106

Ірина Сухопара, Оксана Моцак

ФУНКЦІЇ ЕКСКУРСІЙ З ВИВЧЕННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ТА ІСТОРИЧНОЇ
ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ

109

<i>Анастасія Сучок</i> ЗНАЧЕННЯ МАТЕМАТИКИ ЯК НАУКИ І НАВЧАЛЬНОГО ПРЕДМЕТА	112
<i>Olha Yunina</i> HISTORICAL AND PEDAGOGICAL ASPECTS OF TEACHING FOREIGN LANGUAGES IN THE USA (BEGINNING OF THE 16TH – MIDDLE OF THE 20TH CENTURY)	114
ПСИХОЛОГІЯ / ПСИХОЛОГИЯ	
<i>Вікторія Хома</i> СТАН ТРИВОЖНОСТІ. ТРИВОЖНИЙ РОЗЛАД	117
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ / ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ	
<i>Mariia Zvierieva, Kseniia Kugai</i> THE AI WORKFORCE REVOLUTION	120
<i>Валентина Лук'яненко, Юлія Парфенова, Тетяна Парфенова</i> ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ТА ЇХ РОЛЬ У ПРОФЕСІЙНІЙ МОБІЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ: ДОСВІД І ПРАКТИКА	123
ФІЗИКО-МАТЕМАТИЧНІ НАУКИ / ФИЗИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИЕ НАУКИ	
<i>Ірина Семигайло, Людмила Титаренко</i> ЗАДАЧІ НА ПОБУДОВУ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЛОГІЧНОГО МИСЛЕННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ НА ЗАНЯТТЯХ ДИСЦИПЛІН МАТЕМАТИЧНОЇ ОСВІТНЬОЇ ГАЛУЗІ	126
ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ / ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ	
<i>Олександра Ващенко, Кіра Галіч</i> ВПЛИВ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ НА ПСИХОЕМОЦІЙНИЙ СТАН СТУДЕНТА В УМОВАХ ВІЙНИ	130
<i>Максим Гаврилов</i> ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ В УКРАЇНІ	132
<i>Ігор Гринченко, Катерина Ярмолюк, Валентина Лисенко, Вікторія Ковєря</i> КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО РОЗВИТКУ СТРИБУЧОСТІ ВОЛЕЙБОЛІСТІВ: РОЛЬ ПЛІОМЕТРИЧНИХ ВПРАВ ТА СПЕЦИФІКА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В ЮНАЦЬКОМУ СПОРТІ	134
<i>Віталій Коробейнік, Лілія Федоренко</i> ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ТРЕНУВАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ ЛЕГКОАТЛЕТІВ	138
<i>Віталій Коробейнік, Лілія Федоренко</i> ОСОБЛИВОСТІ ТРЕНУВАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ЛЕГКОАТЛЕТІВ, ЩО СПЕЦІАЛІЗУЮТЬСЯ В БІГУ НА КОРОТКІ ДИСТАНЦІЇ	141
<i>Марина Музиченко</i> ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ ЗВО В УКРАЇНІ ТА КАНАДІ	143
<i>Леонід Плотницький</i> МОДЕЛЮВАННЯ КОНТРОЛЬНИХ ТРЕНУВАЛЬНИХ ЗАНЯТЬ В ПАУЕРЛІФТИНГУ ПРИ ЧОТИРИРАЗОВИХ ТРЕНУВАННЯХ НА ТИЖДЕНЬ	146
<i>Руслан Попов</i> ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ	148

ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ / ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Мұратбек Айтимов, Ляйла Алиева

С. БЕГАЛИН ТУЫНДЫЛАРЫНДАҒЫ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ
ТӘРБИЕ МЕН ҰЛТТЫҚ БОЛМЫС

152

Альона Советна, Катерина Старкова

МІКРОПОЛЕ ЧОРНОГО КОЛЬОРУ В РЕКЛАМАХ ІНТЕР'ЄРУ

158

МЕДИЧНІ НАУКИ / МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ

Соломія Круц

ІМУНІЗАЦІЯ ВІД КОРУ – ПИТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

161

**ТЕХНІЧНІ НАУКИ. ТРАНСПОРТ /
ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ. ТРАНСПОРТ**

Руслан Волошин

РОЗРАХУНОК ПЛАВЛЕННЯ РОЗКИСЛЮВАЧА
ІЗ ЗАХИСНОЮ ОБОЛОНКОЮ ТА ОБВАЖНЮВАЧЕМ

167

**АРХІТЕКТУРА І БУДІВНИЦТВО /
АРХИТЕКТУРА И СТРОИТЕЛЬСТВО**

Oleksandra Buimister, Kseniia Kugai

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS THE FOUNDATION
FOR ORGANIZING MODERN EDUCATIONAL SPACE

170

Polina Katsion, Kseniia Kugai

TRANSFORMING LIBRARIES: A DIGITAL RENAISSANCE

172

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ / СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

177

Матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації»: Зб. наук. праць. Переяслав, 2024. Вип. 110. 186 с.

Відповідальність за грамотність, автентичність цитат, достовірність фактів і посилань несуть автори публікацій. Передрук і відтворення опублікованих у збірнику матеріалів будь-яким способом дозволяється тільки при посиланні на «Тенденції та перспективи розвитку науки і освіти в умовах глобалізації».

Матеріали науково-практичної інтернет-конференції розміщені на сайті:
<http://confscientific.webnode.com.ua>

Укладачі: С. М. Кикоть, І. В. Гайдаєнко
Верстка та дизайн: І. В. Гайдаєнко

Адреса оргкомітету та редколегії:
08401, вул. Сухомлинського, 30 (к. 100),
м. Переяслав, Київська обл., Україна,
тел. +380930569496,
сайт: confscientific.webnode.com.ua

Материалы Международной научно-практической интернет-конференции «Тенденции и перспективы развития науки и образования в условиях глобализации»: Сб. науч. трудов. Переяслав, 2024. Вып. 110. 186 с.

Ответственность за грамотность, аутентичность цитат, правильность фактов и ссылок, достоверность материалов несут авторы публикаций. Перепечатка и воспроизведение опубликованных в сборнике материалов любым способом разрешается только при ссылке на «Тенденции и перспективы развития науки и образования в условиях глобализации».

Материалы научно-практической интернет-конференции размещены на сайте: <http://confscientific.webnode.com.ua>

Составители: С. Н. Кикоть, И. В. Гайдаенко
Верстка и дизайн: И. В. Гайдаенко

Адрес оргкомитета и редколлегии:
08401, ул. Сухомлинского, 30 (к. 100),
г. Переяслав, Киевская обл., Украина
тел. +380930569496,
сайт: confscientific.webnode.com.ua

