



COLLECTION OF SCIENTIFIC PAPERS



ISSUE
№47

2ND INTERNATIONAL SCIENTIFIC
AND PRACTICAL CONFERENCE

**PROGRESSIVE
APPROACHES
IN SCIENCE
AND ENGINEERING**

NOVEMBER 26-28, 2025
COPENHAGEN, DENMARK





INTERNATIONAL SCIENTIFIC UNITY

2nd International Scientific and Practical Conference
**«Progressive Approaches in Science and
Engineering»**

Collection of Scientific Papers

November 26-28, 2025
Copenhagen, Denmark

UDC 001(08)

Progressive Approaches in Science and Engineering: Collection of Scientific Papers with Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference. International Scientific Unity. November 26-28, 2025. Copenhagen, Denmark. 697 p.

ISBN 979-8-89704-979-0 (series)

DOI 10.70286/ISU-26.11.2025

The conference is included in the Academic Research Index ReserchBib International catalog of scientific conferences.

The collection of scientific papers presents the materials of the participants of the 2nd International Scientific and Practical Conference "Progressive Approaches in Science and Engineering" (November 26-28, 2025. Copenhagen, Denmark).

The materials of the collection are presented in the author's edition and printed in the original language. The authors of the published materials bear full responsibility for the authenticity of the given facts, proper names, geographical names, quotations, economic and statistical data, industry terminology, and other information.

The materials of the conference are publicly available under the terms of the CC BY-NC 4.0 International license.

ISBN 979-8-89704-979-0



© Participants of the conference, 2025

© Collection of Scientific Papers "International Scientific Unity", 2025
Official site: <https://isu-conference.com/>

CONTENT

SECTION: ACCOUNTING AND TAXATION

Лекарь С.І., Михайлова С.І. ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЦИФРОВОГО ПОДАТКУ (DIGITAL SERVICES TAX) В УКРАЇНІ З ОГЛЯДУ НА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД.....	23
---	----

Лекарь С.І., Фірскіна К.М., Прокопчук К.В. ПОДАТОК НА ПЛАСТИК: ЧИ ПОТРІБНЕ УКРАЇНІ ОПОДАТКУВАННЯ ОДНОРАЗОВОЇ ТАРИ.....	26
---	----

SECTION: AGRICULTURAL SCIENCES

Горбась С.М., Круподер О.В. СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИРОЩУВАННЯ ПОСАДКОВОГО МАТЕРІАЛУ LARIX DECIDUA MILL. У ЛІСОВИХ РОЗСАДНИКАХ УКРАЇНИ.....	30
---	----

Татарінова В., Шокота В. КОМПЛЕКСНИЙ ВПЛИВ ПЛЯМИСТОСТЕЙ ЛИСТЯ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ ПШЕНИЦІ ОЗИМОЇ ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ЗАХИСТУ.....	31
--	----

Приходько В.О., Марініч О.М. ВПЛИВ БОБОВОГО КОМПОНЕНТУ НА ПРОДУКТИВНІСТЬ СИЛОСНОЇ СУМІШКИ В ПРАВОБЕРЕЖНОМУ ЛІСОСТЕПУ.....	34
--	----

Морикишка Л.Л., Павкович С.Я. ВПЛИВ НОРМ ВИСІВУ СОЇ НА СТРУКТУРУ ВРОЖАЮ.....	36
--	----

Деменко В., Демченко В. ВПЛИВ КУКУРУДЗЯНОГО СТЕБЛОВОГО МЕТЕЛИКА НА ПОШИРЕННЯ ФУЗАРІОЗУ КУКУРУДЗИ.....	38
--	----

Деменко В., Борковська А. ОЦІНКА БІОЛОГІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІСЛЯСХОДОВИХ ГЕРБІЦИДІВ У СИСТЕМІ ІНТЕГРОВАНОГО ЗАХИСТУ ПОСІВІВ КУКУРУДЗИ (ZEA MAYS L.).....	41
---	----

Pashayeva N. PREVENTION OF ANXIETY AND DEPRESSION THROUGH FAMILY PEDAGOGY.....	511
Mirzəyeva S., Abbasova S., Abbasova H. GƏNCLƏRDƏ MOTIVASIYANIN ZƏİFLƏMƏSİNİN PSIXOLOJİ SƏBƏBLƏRİ VƏ HƏLL YOLLARI.....	513
Яніцька Л.В., Постернак Н.О., Базалюк Л.В., Білявський С.М. ІННОВАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ОСВІТЬОГО ПРОЦЕСУ ЧЕРЕЗ МУЛЬТИМОДАЛЬНІ МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ НАВЧАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ МЕДИЧНОЇ ОСВІТИ.....	518
Musayeva L. THE IMPORTANCE OF PRONUNCIATION TRAINING.....	523
Mammadova S. HEYDAR ALIYEV, THE PERSONALITY OF THE AZERBAIJAN STATE.....	527
Чаус В., Зимівець Н. МОВЛЕННЄВИЙ ТА КОМУНІКАТИВНИЙ РОЗВИТОК ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ З РАС: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ.....	531
Fedchenko A., Diachuk L. ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TRANSLATION: BENEFIT OR THREAT?.....	533
Bliashevska A., Pylypchuk K. THE MAIN APPROACHES TO THE ACTIVATION OF PRIMARY SCHOOLCHILDREN'S COGNITIVE ACTIVITY.....	535
Mozharovska V., Zvarych I. THE INFLUENCE OF LANGUAGE ON CONSUMER BEHAVIOR.....	538
Овсієнко Л.М. ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ МОВНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА.....	540
Міськова Н.М., Примаєк О.В. ФОРМУВАННЯ МАТЕМАТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ЗАСОБАМИ ТЕХНОЛОГІЇ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ В ОСВІТЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ.....	543

However, "jargon" plays a dual role. In general consumer goods (B2C), high complexity reduces sales. In specialized B2B markets (e.g., software or pharmaceuticals), professional terminology serves as a signal of competence and authority. Therefore, the linguistic register must be calibrated to the target audience's knowledge base to optimize persuasion.

The influence of language on consumer behavior extends far beyond creative copywriting. It is a psychological lever that alters risk perception, emotional engagement, and sensory expectation. This paper concludes that:

- Framing dictates value perception through gain/loss presentation.
- Phonology impacts subconscious attribution of product physicalities.
- Language choice (L1 vs. L2) modulates the emotional versus rational weighting of a purchase decision.

For marketers, understanding these psycholinguistic mechanisms is essential. Effective communication is not merely about what is said, but how the linguistic structure aligns with the cognitive biases of the consumer. Future research should focus on the impact of AI-generated natural language on consumer trust and the evolving semantics of digital communication.

References

1. Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263-291.
2. Keysar, B., Hayakawa, S. L., & An, S. G. (2012). The Foreign-Language Effect: Thinking in a Foreign Tongue Reduces Decision Biases. *Psychological Science*, 23(6), 661-668.
3. Klink, R. R. (2000). Creating Brand Names with Meaning: The Use of Sound Symbolism. *Marketing Letters*, 11(1), 5-20.
4. Kronrod, A., & Danziger, S. (2013). 'Wii Will Rock You!' The Use and Effect of Figurative Language in Consumer Reviews of Hedonic and Utilitarian Consumption. *Journal of Consumer Research*, 40(4), 726-739.
5. Nordhielm, C. L. (2002). The Influence of Level of Processing on Advertising Repetition Effects. *Journal of Consumer Research*, 29(3), 371-382.

ГЕНДЕРНІ АСПЕКТИ МОВНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

Овсієнко Людмила Миколаївна

доктор педагогічних наук, професор

Кафедра української мови

Факультет української філології, культури і мистецтва

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, Україна

У сучасному українському медіапросторі питання гендерної репрезентації набуває особливої актуальності та постає однією з ключових проблем у контексті аналізу публічної комунікації. Мовні практики медіа не лише відтворюють соціальні

уявлення, а й беруть участь у їх формуванні, закріплюючи певні моделі інтерпретації гендерних ролей. Як слушно підкреслює О. Левченко, мова є – не просто інструментом, а простором соціальної дії, у якому закріплюють владу, норму та видимість [4]. Саме тому дослідження гендерної репрезентації в українських медіа неможливе без урахування аналізу мовних категорій, дискурсивних стратегій і редакційних політик, що формують сучасний інформаційний ландшафт.

Однією з найстабільніших структур, що організовують мовну картину світу, є граматична категорія роду. Академік О. Тараненко переконливо демонструє, що в українській мові маскуліnum функціонує як універсальна, немаркована форма, тоді як фемініnum виступає маркованою категорією, яка потребує спеціального позначення [7]. Це граматичне явище має прямі комунікативні наслідки: у медійному дискурсі чоловік системно репрезентується як «норма», як «будь-хто», тоді як жінка часто представлена «винятком», що вимагає додаткових дескрипцій. Саме в цьому полягає глибинна причина дискурсивної невидимості жінок у медіа: не тому, що їх немає у сфері діяльності, а тому, що вони не вписані в традиційні символічні моделі.

Важливим кроком у подоланні цієї асиметрії стало активне послуговування фемінітивами у публічній комунікації. Наукові дослідження засвідчують, що українська мова історично тяжіє до словотвірної симетрії: фемінітиви є внутрішньо притаманними її морфологічній структурі та відповідають комунікативній потребі позначення жіночої суб'єктності [6]. Отже, використання фемінітивів у медіа – це не данина моді й не поступка політкоректності, а повернення до системних закономірностей української мови. Утім, навіть за умови їхнього поширення, структурні проблеми не зникають: фемінітиви вирівнюють граматичну репрезентацію, але не долають дискурсивних практик, що забезпечують символічну нерівність.

Саме ці практики найяскравіше окреслені у роботах Ю. Маслової. Дослідниця зауважує, що медіа продовжують відтворювати стереотипні моделі опису жінки, в них пріоритетною є сфера приватного, тоді як професійні компетентності часто представлені периферійно [5]. Сексуалізація, акцент на зовнішності, редукція складних соціальних ролей до емоційних характеристик – це мовні стратегії, що формують стабільний образ жінки як об'єкта оцінювання, а не носія експертного знання. Для чоловіків медійний дискурс пропонує інший семантичний режим: вони постають як суб'єкти дії, експерти, керівники, коментатори.

Ситуація ускладнюється контекстом повномасштабної війни. За результатами дослідження О. Балалєєвої, навіть попри різке зростання участі жінок у суспільно значущих сферах (військових, парамедицині, політичних аналітиках, дипломаток) частка їхніх голосів у медійній структурі залишається критично малою [1]. Жінки становлять менше п'ятої частини експертів, залучених у медійні сюжети. Це означає, що жіночий досвід наявний у реальності, але неповною мірою представлений на рівні публічного тлумачення. Таким чином, інформаційна картина світу, яку пропонують медіа, є структурно неповною.

До цього додається феномен гендерно мотивованих інформаційних атак, які фіксує дослідження «Недооцінена загроза», здійснене «Детектором медіа».

Йдеться про системні кампанії, націлені саме на жінок-журналісток: дискредитаційні наративи будуються на сексуалізації, сумнівах у компетентності, стигматизації емоційності – тобто на тих стереотипних характеристиках, що історично використовувалися для витіснення жінки з публічної сфери [2]. Ці атаки мають гібридний характер і спрямовані не лише на особисту репутацію, а й на загальне зниження довіри до медіа як інституції.

Не менш показовими є результати щорічних моніторингів Інституту масової інформації. Близько половини українських ЗМІ досі демонструють у своїх текстах фрагменти сексизму – вербального, структурного, або прихованого. Це свідчить про те, що інституційна медіакультура ще перебуває на етапі трансформації й потребує чіткіших редакційних стандартів [3].

Отже, можна висновкувати, що мовна репрезентація в медіа не є нейтральною. Вона пов'язана зі структурними механізмами соціального конструювання ролей, які можуть як розширювати, так і звужувати можливості суб'єктності. Гендерна чутливість у медіа є не лише етичним параметром. Це складник демократичної комунікативної культури, що визначає якість суспільного діалогу.

Водночас сучасний український контекст відкриває можливості для перегляду традиційних моделей мовлення. Поширення фемінітивів, збільшення кількості жіноцтва у дискусіях про воєнну політику, активізація громадських організацій, що працюють із гендерною тематикою, – є своєрідними підставами для формування нової комунікативної етики. Ця етика передбачає:

- симетричну репрезентацію жіночих і чоловічих голосів;
- відмову від стереотипних мовних практик, що редукують суб'єктність;
- інституційне закріплення стандартів гендерно чутливої мови;
- захист медійного середовища від гендерно мотивованих інформаційних атак;
- мовну модернізацію, що передбачає свідоме використання категорій роду, ролі, статусу тощо.

Таким чином, медіа не лише коментують соціальні процеси – вони їх творять. Тому питання гендерної репрезентації не може бути другорядним або факультативним. У демократичному суспільстві мова має відображати повноту соціального досвіду. Коли ж одна частина цього досвіду представлена неповно, ми отримуємо не просто викривлену картину реальності, а інтелектуально збіднений публічний дискурс. Саме тому в українському контексті, контексті війни, мобілізації та переосмислення власної ідентичності, гендерно чутлива медійна мова є складником інформаційної безпеки, культурної цілісності й суспільної суб'єктності.

Список використаних джерел

1. Балалаєва О. (2024). Аналіз репрезентації жінок у контенті українських медіа в умовах повномасштабної війни. *Humanitarian studios: pedagogics, psychology, philosophy*. № 2. С. 241–251. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/hst_2024_15_2_28
2. Детектор медіа. (2023). Недооцінена загроза: гендерна дезінформація щодо українських журналісток.

- URL: <https://detector.media/community/article/218721/2023-10-30-doslidzhennya-nedootsinena-zagroza-genderna-dezinformatsiya-shchodo-ukrainskykh-zhurnalistik>
3. Інститут масової інформації. (2023). Половина українських медіа досі вдаються до сексизму та дискримінації. URL: <https://imi.org.ua/news/doslidzhennya-imi-polovyna-ukrayinskyh-media-dosivdayutsya-do-seksyzmu-ta-dyskryminatsiyi-i63160>
4. Левченко О. (2017). Лінгвістичні дослідження гендеру в Україні. Людина. Комп'ютер. Комунікація: збірник наукових праць. Львів: Видавництво Львівської політехніки. С. 74–83. (4. Гендерна лінгвістика). URL: <https://ena.lpnu.ua/handle/ntb/40822>
5. Маслова Ю. (2009). Сексизм у мові друкованих засобів масової інформації. Українське мовознавство: Міжвідомчий науковий збірник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Вип. 39/1. С. 289–293. URL: <https://eprints.ua.edu/id/eprint/1308/1/maslova7%20120412.pdf>
6. Скидан М., Скидан Я. (2022). Тенденції формування гендернотолерантної української. Аргументи сучасної філології. Образ жінки: «жіноче», «феміністське», «фемінне»: матеріали другої Міжнародної наукової конференції. Харків, 7–8 квітня. С. 270–274. URL: <https://dspace.hnpu.edu.ua/handle/123456789/9479>
7. Тараненко О. (2021). Андроцентризм у системі мовних координат і сучасний гендерний рух: монографія. Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго. 112 с.

ФОРМУВАННЯ МАТЕМАТИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ЗАСОБАМИ ТЕХНОЛОГІЇ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ В ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ

Міськова Наталія Миколаївна

кандидат педагогічних наук, доцент

Кафедра теорії та методик початкової освіти

Примак Оксана Володимирівна

здобувач вищої освіти магістерського рівня

Приватний вищий навчальний заклад

«Міжнародний економіко-гуманітарний університет
імені академіка Степана Дем'янчука»

м. Рівне, Україна

Сьогодні в українському освітньому середовищі відбуваються зміни, які віддзеркалюють тенденції швидкого розвитку світової освіти та вимагають від учителів змін та переорієнтації навчально-виховного процесу задля забезпечення сприятливих умов формування учня-громадянина глобалізованого суспільства,

Collection of Scientific Papers
with Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference
«Progressive Approaches in Science and Engineering»
November 26-28, 2025
Copenhagen, Denmark

Organizing committee may not agree with the authors' point of view.
Authors are responsible for the correctness of the papers' text.

Contact details of the organizing committee:
Sole Proprietor Viktoriia Tsiundyk
E-mail: info@isu-conference.com
URL: <https://isu-conference.com/>

Certificate of the subject of the publishing business: ДК №7980 of 03.11.2023.