



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ при МОН УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
імені Г.С. СКОВОРОДИ
РАДА МОЛОДИХ УЧЕНИХ ХНПУ
імені Г. С. СКОВОРОДИ

НАУКА ТА ОСВІТА В ДОСЛІДЖЕННЯХ МОЛОДИХ УЧЕНИХ

Матеріали

II Всеукраїнської науково-практичної
конференції для студентів, аспірантів, докторантів,
молодих учених

13 травня 2021 року

Харків 2021

Головний редактор:

Бойчук Ю. Д. – доктор педагогічних наук, професор, член-кореспондент НАПН України, ректор Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди

Редакційна колегія:

Бережна С. В. – доктор філософських наук, професор, проректор з наукової, інноваційної та міжнародної діяльності Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди;

Башкір О. І. – доктор педагогічних наук, доцент, професор кафедри педагогіки, голова ради молодих учених Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди;

Боярська-Хоменко А. В. – доктор педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри освітології та інноваційної педагогіки, заступник голови ради молодих учених Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди;

Жерновникова О. А. – доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри математики, член ради молодих учених Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди;

Коробкіна О. Г. – директор наукової бібліотеки Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди;

Божко О. О. – здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти, член ради молодих учених Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди;

Макітренко К. О. – здобувач першого рівня вищої освіти факультету іноземної філології, голова студентського наукового товариства Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди.

*Затверджено редакційно-видавничою радою
Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди
(протокол № 5 від 11 травня 2021 року)*

Наука та освіта в дослідженнях молодих учених [Електронне видання] : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. для студ., аспірантів, докторантів, молод. учених, Харків, 13 трав. 2021 р. / Харків. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди ; [редкол.: Ю. Д. Бойчук (голов. ред) та ін.]. – Харків, 2021. – 177 с.

У збірнику відображено тези Всеукраїнської науково-практичної конференції для студентів, аспірантів, докторантів, молодих учених «Наука та освіта в дослідженнях молодих учених», що проходила на базі Харківського національного педагогічного університету імені Г.С. Сковороди з нагоди Дня науки. Він містить результати теоретичних та емпіричних досліджень молодих учених України в умовах сучасних викликів.

Матеріали стануть у нагоді науковцям, докторантам, аспірантам, викладачам, магістрам і студентам закладів вищої освіти, практичним працівникам у галузі освіти.

розповідей та опорних малюнків про життя і творчість Т.Г. Шевченка та Лесі Українки. За результатами дослідження також можна відслідкувати позитивний вплив малюнкових опор на формування читацької компетентності, зокрема уявлень про письменників. Проаналізувавши показники кінцевого опитування, виявили, що кількість правильних відповідей у 2 та 3 класі збільшилася вдвічі, а середня кількість згаданих фактів про письменників – на 3.

Отже, методично доцільне, систематичне застосування зорових опор у початковій школі ефективно позначається на формуванні уявлення про письменників. Використання наочності дозволяє школярам сприймати інформацію, яку подають не тільки в аудіоформаті, а й у візуальному, в разі збільшує методичну значущість проведеного уроку.

Список використаних джерел

1. Ушинський К.Д. Людина як предмет виховання. Досвід педагогічної антропології. *Вибрані педагогічні твори : у 2 т. Т. 1* : Теоретичні проблеми педагогіки. Київ. 1983. 488 с.
2. Шаталов В.Ф. Куда и как исчезли тройки. Москва. 1980. 134 с.

ПОМИЛКИ В МОВІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ

Я.А. Скидан

здобувач третього (освітньо-наукового) рівня

Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
м. Харків

Ні для кого не секрет, що мова – один із найважливіших засобів людської комунікації, вона є інструментом пізнання навколишнього світу та експлікації думок і почуттів. Мова – запорука тривкої ідентичності нації, основа її етнокультурної цілісності [3, с. 5]. Однією з найбагатших і наймилозвучніших мов у світі, як відомо, є українська мова. Проте сьогодні, у добу стрімкого розвитку інформаційних технологій, саме мова потерпає від засилля невправних граматичних конструкцій, використання калькованої та суржикової лексики, невмотивованого розташування розділових знаків або їхньої відсутності.

Попри посилення уваги щодо статус державної мови та її впровадження на законодавчому рівні в усі сфери суспільного життя, незважаючи на наявність у вільному доступі довідкової та словникової літератури, мовне оформлення рекламних та інших інформаційних текстів і досі залишається на стадії розвитку [1].

Уже давно реклама стала невід'ємною частиною нашого життя, вона оточує нас звідусюди: на радіо й телебаченні, у транспорті й на білбордах, у супермаркетах і в інтернеті. І це не дивно, адже реклама як рушій торгівлі покликана привертати увагу. Разом із тим реклама формує мовне середовище споживачів, впливаючи на розвиток мовлення. Проте нерідко засоби масової інформації страждають від мовного безкультур'я, несучи в рекламних текстах помилки.

Культура мовлення сучасної реклами має недоліки, на які слід звернути увагу. Моніторинг мовних помилок є одним із засобів підвищення культури мовлення, що є копіткою, напруженою, однак у перспективі результативною роботою [1]. Розрізняють шість видів помилок: змістові, лексичні, граматичні, стилістичні, орфографічні та пунктуаційні. Аналізуючи рекламні банери, інформаційні листівки, назви товарів, закладів надання різноманітних послуг та навіть назви вулиць, можна натрапити на безліч мовних огріхів. Здебільшого такі недоліки трапляються через неправильний переклад з інших мов, насамперед російської. Попри певну близькість цих східнослов'янських мов існують розбіжності на лексико-граматичному рівні, тому зміст виразу російською мовою в українському варіанті може звучати зовсім по-іншому.

Розгляньмо мовні помилки в рекламних та інформаційних текстах:

1) граматичні: *головна біль* (треба *головний*, адже *біль* чоловічого роду); *згідно тарифів* (треба *згідно з тарифами*, тому що це усталена прийменникова конструкція); *самі низькі ціни* (треба *найнижчі*, бо форма найвищого ступеня порівняння прикметників утворюється шляхом додавання до форми вищого ступеня із суфіксом -іш- префікса най-);

2) лексичні: *стильні перчатки* (треба *рукавички*); *авто в розстрочку* (треба *на виплат*); *мебельний салон* (треба *меблевий*);

3) орфографічні: *чипси зі знижкою* (треба *чипси*, бо в загальних назвах слів іншомовного походження після приголосних д, т, з, с, ц, ч, ш, ж, р перед наступним приголосним пишеться *и*); *різдв'яні подарунки* (треба *різдвяні*, адже апостроф уживається перед я, ю, є, ї після приголосних б, п, в, м, ф, якщо перед ними в корені слова немає іншого приголосного, крім р);

4) пунктуаційні: *одяг, взуття, тощо* (треба *взуття тощо*, адже перед словом *тощо*, яке вказує на ймовірне продовження переліку, кома не ставиться); *знає де дешевше* (треба *знає, де*, тому що в складнопідрядному реченні підрядна частина відокремлюється).

Питання культури мовлення надзвичайно важливі в сучасному мовному українському просторі. Попри те, що основи культури мови і мовлення закладаються ще в дошкільному та шкільному віці, удосконалення культури мовлення має тривати упродовж усього життя [4, с. 68]. І не останню роль у цьому процесі відіграють рекламно-інформаційні носії, які так чи інакше впливають на лінгвосвідомість мовців. Тому важливо дбати про мовну досконалість таких текстів, адже від правильності мовного оформлення реклами, оголошень, вивісок, контенту тощо залежить їхня ефективність і результативність.

Кожна освічена людина має дотримуватись культури мови, намагатися не допускати мовних помилок, прагнути мовленнєвої досконалості, адже мовна грамотність свідчить про інтелектуальний рівень людини.

Список використаних джерел

1. Боярська Л. В. Мовні помилки на сторінках ЗМІ (Дослідження-моніторинг) [Електронний ресурс] / Л. В. Боярська. – Режим доступу : http://journalib.univ.kiev.ua/Movni_pom_na_st_zmi.pdf.

2. Дерпак О. В. Ефективність реклами: мовні особливості. *Актуальні проблеми української лінгвістики: теорія і практика*. 2010. № 8. С. 24-33.
3. Український правопис. Київ, Науково-виробниче підприємство «Видавництво “Наукова думка” НАН України». 2019. 392 с.
4. Торчинська Н. М. Ортологічні особливості текстів засобів масової інформації. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2017. Вип. 68. С. 68-71.

ФОНЕТИЧНІ ТРУДНОЩІ ОВОЛОДІННЯ МАЙБУТНІМИ ВЧИТЕЛЯМИ АНГЛІЙСЬКОЮ ВИМОВОЮ

А. В. Таран

здобувач другого рівня вищої освіти

Харківський національний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди
м. Харків

Оволодіння іншомовною фонетичною компетентністю завжди супроводжується подоланням певних труднощів, що виникають у тому числі внаслідок артикуляційно-акустичних особливостей звуків мови, що вивчається. У контексті навчання іншомовної вимови майбутніх учителів англійської мови передбачення означених труднощів надає викладачу можливість спрямувати роботу на занятті на їх уникнення або подолання, що робить процес формування фонетичних навичок і вмінь більш ефективним.

Питання формування фонетичної компетентності майбутніх учителів розглядається в роботах Перлової В. В. [1], Чухно О. А. [2; 3] та ін. Однак, проблема типології вимовних труднощів під час оволодіння майбутніми вчителями англійською комунікативною компетентністю все ще залишається не вирішеним.

Мета розвідки полягає у визначенні основних фонетичних труднощів, що можуть вплинути на ефективність оволодіння майбутніми вчителями англійської мови іншомовною фонетичною компетентністю.

Оскільки основною причиною виникнення вимовних помилок в іншомовному мовленні вважається вплив уже сформованих фонетичних навичок у рідній та іноземній мовах [3], ми зробили спробу передбачити, з якими фонетичними труднощами можуть зіткнутися майбутні вчителі у вимові англійських приголосних і голосних звуків у результаті інтерференції української мови, а також внутрішньомовної інтерференції в англійській мові.

Унаслідок *міжмовної інтерференції на рівні приголосних звуків* може відбуватися: заміна альвеолярних звуків англійської мови [t, d, s, z, l, n] зубними українськими [т, д, с, з, л, н]; палаталізація англійських приголосних перед [i:, ɪ, e]; використання українських звуків [п, т, к] замість англійських аспірованих [p^h, t^h, k^h]; заміна задньоязикового англійського звука [ŋ] зубним українським [н]; використання щілинного українського приголосного звука [г] замість зімкненого англійського [g]; застосування українського губно-зубного

Кривуля Ю.П.	
АНАЛІЗ ВЛАСНОГО ДИТЯЧОГО ЧИТАЦЬКОГО ДОСВІДУ СТУДЕНТІВ РІЗНИХ КУРСІВ.....	81
Лаврухіна В.В.	
ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ ЗДОРОВ'Я ДОШКІЛЬНИКА В УМОВАХ ПАРТНЕРСТВА З РОДИНОЮ	83
Матвійчук Ю. Ю.	
РОЛЬ УЧИТЕЛЯ ВІДПОВІДНО СИНЕРГЕТИЧНОЇ ПАРАДИГМИ STEM-НАВЧАННЯ	85
Мельник А. О.	
ЕКОЛОГО-БІОЕТИЧНЕ ВИХОВАННЯ УЧНІВ З ВИКОРИСТАННЯМ НЕСТАНДАРТНИХ ФОРМ НАВЧАННЯ	87
Mykhailyuk N.V.	
FORMATION OF PROFESSIONAL CULTURE OF FUTURE BANKING SPECIALISTS	89
Мусієнко А.В., Цимбалюк Ж.О.	
СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БАСКЕТБОЛУ 3Х3 В СВІТІ 91 В СУЧАСНИХ УМОВАХ МІЖНАРОДНОГО СПОРТИВНОГО РУХУ <i>А.В. Мусієнко</i>	91
Лі Цяньє	
ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ СТУДЕНТІВ КОЛЕДЖІВ В КНР.....	93
Олефіренко О.В., Дудка О. В.	
ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ ПРОГРАМИ ГУРТКА ЛІТЕРАТУРНО-ТЕАТРАЛЬНОГО СПРЯМУВАННЯ ДЛЯ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ.....	95
Сінчук Ю.В.	
ФОРМУВАННЯ УЯВЛЕНЬ ПРО ПИСЬМЕННИКІВ У ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ	97
Скидан Я.А.	
ПОМИЛКИ В МОВІ РЕКЛАМНИХ ТЕКСТІВ.....	99
Таран А. В.	
ФОНЕТИЧНІ ТРУДНОЩІ ОВОЛОДІННЯ МАЙБУТНІМИ ВЧИТЕЛЯМИ АНГЛІЙСЬКОЮ ВИМОВОЮ	101
Трухан Г.В.	
МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ВЧИТЕЛІВ НОРВЕГІЇ ДО РОБОТИ З СІМ'ЄЮ.....	103
Харченко О.О., Шан Лі	
ПІДГОТОВКА МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ ДО ВИБОРУ МЕТОДІВ НАВЧАННЯ В УМОВАХ МАГІСТРАТУРИ.....	105
Чухно О. А., Латишева А. В.	