



EUROPEAN CONFERENCE

Conference Proceedings



I International Science Conference «An
overview of modern scientific research
in various fields of science»

October 17 – 19, 2022

Amsterdam, Netherlands

AN OVERVIEW OF MODERN SCIENTIFIC RESEARCH IN VARIOUS FIELDS OF SCIENCE

Abstracts of I International Scientific and Practical Conference

Amsterdam, Netherlands

(October 17 – 19, 2022)

UDC 01.1

ISBN – 978-9-40364-518-6

The I International Scientific and Practical Conference «An overview of modern scientific research in various fields of science», October 17 – 19, Amsterdam, Netherlands. 238 p.

Text Copyright © 2022 by the European Conference (<https://eu-conf.com/>).

Illustrations © 2022 by the European Conference.

Cover design: European Conference (<https://eu-conf.com/>).

© Cover art: European Conference (<https://eu-conf.com/>).

© All rights reserved.

No part of this publication may be reproduced, distributed, or transmitted, in any form or by any means, or stored in a data base or retrieval system, without the prior written permission of the publisher. The content and reliability of the articles are the responsibility of the authors. When using and borrowing materials reference to the publication is required. Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, Candidates and Doctors of Sciences, research workers and practitioners from Europe, Ukraine, Russia and from neighboring countries and beyond. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern science. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern science development.

The recommended citation for this publication is: Shubenko L. Resistance of cherries to negative temperatures in the field conditions of the right bank forest-steppe of Ukraine // An overview of modern scientific research in various fields of science. Abstracts of I International Scientific and Practical Conference. Amsterdam, Netherlands 2022. Pp. 10-11.

URL: <https://eu-conf.com/ua/events/an-overview-of-modern-scientific-research-in-various-fields-of-science/>

PHILOLOGY		
44.	Жумабекова У.Ж., Сиргебаева С.Т. МЕТОДИКА АКТИВИЗАЦІЇ ОБУЧЕННЯ ІНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ	162
45.	Ліштаба Т.В., Огаренко Т.А. ФРАЗЕОЛОГІЯ ЯК ЗАСІБ ТВОРЕННЯ КОМІЧНОГО (НА МАТЕРІАЛІ ТВОРІВ М. В. ПОНЕДІЛКА)	166
PHYSICAL AND MATHEMATICAL SCIENCES		
46.	Радзіховська Л.М., Корнілов В.О., Куржій Р.Р. ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ ЙМОВІРНОСТЕЙ	171
POLITICS		
47.	Artemenko A., Kulyk S. GOVERNANCE AS THE MAIN REGULATOR OF SOCIAL RELATIONS	173
48.	Тихомирова Є.Б. ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСЮ ТА КЛІМАТИЧНІ ЗМІНИ: КОНКУРЕНЦІЯ ПАРАДИГМ	175
TECHNICAL SCIENCES		
49.	Cherevatenko H., Antoshchenkov R., Halych I. INFLUENCE OF THE PARAMETERS OF TIRES AND TRANSMISSION ON THE PASSABILITY AND OPERATIONAL FACTORS OF THE TRACTION AND TRANSPORT MACHINE	182
50.	Гринкевич Г.О., Василенко В.В. АРХІТЕКТУРА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ПОБУДОВИ МЕРЕЖ ІНТЕРНЕТ РЕЧЕЙ НА ОСНОВІ РОЗПОДІЛЕНОЇ АРХІТЕКТУРИ	186
51.	Лукашин В.В., Бабаджанов М., Брюханов А.О. ДИФЕРЕНЦІЙНА ТА ІНТЕГРАЛЬНА ПОШКОДЖЕНОСТІ НИЗЬКОВУГЛЕРОДИСТОЇ СТАЛІ ПРИ РОЗТЯГУВАННІ	189

responsibility the special issue pins out three overall dimensions of regulation and governance thereby providing a theoretical and conceptual framework for grasping the phenomenon of regulatory governance.[2]

Thus, governance can regulate different fields of the society using laws.

1.Kostruba A.(2018) Legal regulatory mechanism of social relations for ensuring dynamics in civil relationship .Journal of Advanced research in Law and Economics .ASERS Publishing ,9(5(35)).pp.1689-1695.10.1450/jarle.hal-02511709 <https://hal.archives-ouverts.fr/hal-02511709>

2.Poul F. Kjaer, Antje Vetterlein.(2018) Regulatory governance: rules, resistance and responsibility. Contemporary Politics.Volume.24.Issue 5.pp.497-506 <https://doi.org/10.1080/13569775.2018.1452527>

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСЮ ТА КЛІМАТИЧНІ ЗМІНИ: КОНКУРЕНЦІЯ ПАРАДИГМ

Тихомирова Євгенія Борисівна,
д. політ. н., професор, кафедра міжнародних
комунікацій та політичного аналізу
Волинського національного університету
імені Лесі Українки (Україна)

Кліматичні зміни та їхні наслідки характеризуються складною взаємодією природничих, екологічних, технологічних, економічних, політичних і соціальних процесів, хоча до недавнього часу ця проблематика була предметом переважно науково-природничого та економічного дискурсу. Проте сьогодні значну увагу цій проблемі стали приділяти і у соціально-політичних працях, в яких розглядають впливи щодо кліматичних змін і соціально-політичних проблем.

Кліматичні зміни будемо трактувати як зміни, що прямо або побічно пов'язані з діяльністю людини, яка змінює склад світової атмосфери і доповнює природну мінливість клімату протягом порівнянних періодів часу [1]. Їх трактують як «множник загроз» [2], який ускладнює існуючі небезпеки та посилює екологічний стрес.

Важливість зазначеної проблеми засвідчує, зокрема, той факт, що 2007 р. Міждержавна група експертів за зміни клімату та колишній віце-президент США А. Гор отримали Нобелівську премію миру за роботу, яку вони виконали, щоб забезпечити політиків і широку громадськість у всьому світі науковим обґрунтуванням для розуміння зростаючої загрози зміни клімату та боротьби з нею. Зокрема, зазначалося, що: «великі зміни клімату можуть загрожувати умовам життя більшої частини людства. Вони можуть викликати великомасштабну міграцію та привести до більшої конкуренції за ресурси Землі. Такі зміни будуть особливо важким тягарем для найбільш уразливих країн світу. Всередині держав й між ними можливе підвищення небезпеки насильницьких конфліктів та воєн» [3].

Значущість цієї нової загрози підтверджували і опитування американського дослідницького центру Pew Research Center ще у 2017 р. Згідно з ними, люди в усьому світі головними загрозами національній безпеці вважають Ісламську державу та зміни клімату. Опитування поставило запитання про вісім можливих загроз. Незважаючи на те, що спрямованість стурбованості залежить від регіону та країни, зазначені чинники найчастіше згадують як ризики для безпеки у 38-ми опитаних країнах. У 13-ти країнах (здебільшого в Латинській Америці та Африці) населення визначає глобальні зміни клімату як найвищу загрозу. Зокрема, у Латинській Америці в середньому 74 % опитаних називає глобальні зміни клімату головною загрозою для своєї країни [4].

Дослідження наступних років, зокрема, Євробарометра, свідчать про ту же тенденцію: 93% громадян ЄС вважають зміну клімату серйозною проблемою, а

78% вважають його дуже серйозною проблемою. 90% респондентів — і не менше трьох чвертей у кожній державі-члені — погоджуються з тим, що викиди парникових газів слід скоротити до мінімуму, щоб до 2050 року зробити економіку ЄС кліматично нейтральною [5].

Особливої уваги в умовах посилення значення кліматичних змін потребує проблема стратегії кліматичної комунікації. Як відомо, *стратегія комунікацій* — це чітко спланований стратегічний підхід щодо впровадження комунікацій з розподілом ресурсів та часових рамок. При розробці стратегії комунікацій необхідно визначити цілі, прагнення та завдання, цільові аудиторії, канали комунікації тощо. Важливо відзначити, що комунікації повинні бути спрямовані на розповсюдження знань і досвіду як серед спеціалізованих аудиторій, так і серед широкої аудиторії. Також дуже важливо визначити очікувані результати і їх можливі оцінки. Все це і є складовими комунікаційної стратегії щодо змін клімату [6].

Місце технологій паблік рилейшнз, які є важливою складовою кліматичних комунікацій, у цьому контексті оцінюється неоднозначно. Аналіз західних публікацій свідчить про існування різних парадигм в оцінках змін клімату (умовно будемо називати їх — *скептицизм* та *оптимізм /реалізм*), а тому варто говорити про негативні та позитивні оцінки їх взаємодії зі зв'язками з громадськістю.

Скептики почали активно застосовувати ПР першими, не дотримуючись етики ПР-діяльності. Дослідники виділяють такі ключові аспекти скептицизму у відношенні зміни клімату: *атрибуційний скептицизм* (віра в тому, що діяльність людини не викликає зміна клімату); *скептицизм впливу* (віра в те, що зміна клімату не буде мати значимих негативних наслідків); і *консенсусний скептицизм* (вважають, що відсутня наукова згода щодо реальності і людської причини зміни клімату) [7, с. 24].

Представниками скептичної парадигми виділено чотири основні сфери, у яких використовуються зв'язки з громадськістю: «(а) приховування відвертого корпоративного обману; (б) прийняття оборонної позиції, (с) маскуванню діяльності як альтернативи, маскуванню діяльності в зеленому світлі, оскільки компанія веде звичайну діяльність усупереч міжнародному кліматичному законодавству; та (д) блокування або послаблення ефективних кліматичних заходів» [7, с. 72].

Як зазначав Макмаллен Дж., хоча більшість вчених-кліматологів погодилися, що кліматичні зміни, викликані діяльністю людини, є реальною проблемою, яка вимагає вжиття заходів, проте частина з них, яка була схильна до скептичної парадигми, стверджувала, що причин для тривоги немає. Плани бізнесменів, зокрема, передбачали оплату скептикам за виступи з промовами чи написання статей близько 1500 дол. за статтю і влаштовувати медіа-тури, щоб вони могли виступати на місцевих теле- та радіостанціях. Вчені та екологи ж, яким було доручено спростувати думку скептиків, стверджуючи реальність зміни клімату, зіткнулися з добре організованою та ефективною кампанією, з якою їм було важко зрівнятися [8].

Зіткнувшись із зростаючим екологічним і політичним рухом, група енергетичних компаній США, переважно з вугільної галузі, створила «Глобальну кліматичну коаліцію» (GCC) для боротьби з загрозливими правилами щодо зміни клімату. За скептиками щодо кліматичних змін вона стояла майже десять років (1989–2001 рр.). Цей міжнародний лобіст, який об'єднував групу підприємств галузей, на які негативно вплинули б обмеження споживання викопного палива. Він виступав проти дій щодо зменшення парникових викидів, публічно кинувши виклик науці, що обґрунтовувала небезпеку глобального потепління. Як зазначали американські журналісти у 2015 р., «протягом наступних 10 років коаліція, чий річний дохід досяг близько 1,5 мільйона дол. до Кіото, витратила значні кошти на лобіювання та піар-кампанії. У рамках зусиль було розповсюджено відео серед сотень журналістів Білого дому та кількох нафтовидобувних країн Близького Сходу, в якому йдеться про те, що більш високий рівень вуглекислого газу в атмосфері є корисним для рослинництва та може бути вирішенням проблеми голоду у світі» [9].

Американські дослідники Брюлле Р. Дж. та Вертман К. у статті «Роль компаній зі зв'язків з громадськістю в політиці зміни клімату. Кліматичні зміни» зазначають, що, хоча політика щодо зміни клімату протягом тривалого часу перебувала під впливом різноманітних організацій, *«ключова роль компаній зі зв'язків з громадськістю довгий час не помічалася в кліматичному політичному просторі»* [10]. Ці автори справедливо підкреслюють, що в умовах політичної і культурної конкуренції між незрівнянними і розрізненими точками зору «здійснення потужних ПР-зусиль стало невід'ємною частиною практично всіх крупних організацій, що прагнуть впливати на кліматичну політику. Можливість ефективно обнародувати конкретний наратив дозволяє організації встановити умови дискусій на основі переважаючих для них результатів. Таким чином, можна очікувати, що ПР-фірми будуть продовжувати грати життєво важливу роль у цій області» [10].

Оптимістичну/реалістичну парадигму, на наш погляд, доречно пов'язувати з Міжурядовою групою експертів зі зміни клімату (МГЕЗК), яка є найбільш визнаним на міжнародному рівні авторитетом в галузі науки про зміну клімату, а також численними організаціями, що досягли чіткого консенсусу щодо наукових доказів викликаного людиною глобального потепління: 200 глобальних наукових організацій, 11 міжнародних наукових академій та 18 американських наукових асоціацій. У наведеному посиланні перелічені наукові організації, які дотримуються позиції, що зміна клімату була викликана діями людини [11].

МГЕЗК, створена під егідою Організації Об'єднаних Націй, не проводить безпосередньо жодних оригінальних досліджень, а засновує свою оцінку на широкій і дуже різноманітній опублікованій літературі на цю тему. На основі цього МГЕЗК складає звіти, в яких зібрані найбільш важливі дані відповідно до даних, узгоджених провідними вченими кліматологами і консенсусом урядів, що беруть участь в переговірному процесі щодо зміни клімату. Саме з цієї причини, як нам здається, рекомендації МГЕЗК мають лежати в основі більшості

політичних дій, ПР та пропаганди зміни клімату, оскільки група сама по собі стала як вражаючою науковою платформою, так і потужним лобі. Таким чином, вивчення її пропозицій дозволяє швидко отримати огляд основних дій, що просуваються урядовими та неурядовими захисниками клімату [7, с. 29].

На наш погляд, як комунікативне питання, зміна клімату є проблемою етичних зв'язків з громадськістю. Зацікавлені групи мають впливати на політичні та економічні рішення за допомогою стратегій зв'язків із громадськістю. Вони змагаються за встановлення панування у своїх програмах на основі оціночних суджень про те, що є «небезпечним антропогенним втручання у кліматичну систему» [12].

У 2007 р. Товариство зі зв'язків із громадськістю Америки визнало фахівців-практиків, які стоять за кампанією фільму про глобальну зміну клімату «Незручна правда», «професіоналами року в області зв'язків з громадськістю. Хоча, як зазначалося раніше, історія зв'язків з громадськістю також включає в себе і підтримку скептиків. Як зазначають дослідники, раніше були найняті зговірливі вчені для навчання «зв'язкам з громадськістю, щоб вони могли допомогти переконати журналістів, політиків та громадськість у тому, що ризик глобального потепління надто невизначений, щоб виправдати контроль над парниковими газами» [12], припускають, що така практика продовжується.

Саме тому, будуючи сучасну систему зв'язків з громадськістю в галузі кліматичних змін, варто враховувати стратегії, які використовуються для дискредитації наукового дискурсу про зміну клімату. Серед них науковці виокремлюють:

- *зміна клімату заперечується*: «Зміни клімату немає або, принаймні, немає наукової згоди із цього приводу»;
- *зміна клімату не заперечується*, але її наслідки заперечуються або зводяться до мінімуму: «Можливо, деякі зміни клімату і є, але вони не такі серйозні; є багато алармізму (надмірна або зайва стурбованість небезпекою, яка не настільки значна)»;
- *зміна клімату не заперечується*, але вважається неминучою або суперечить розвитку: "З цим нічого не можна вдіяти, і ми не можемо йти проти прогресу людства";
- *зміна клімату не заперечується*, але стверджується, що її вирішать наука та техніка: «Наука та техніка завжди допомагала людству вирішувати свої проблеми»;
- *зміна клімату не заперечується*, але заперечуються її причини, встановлюються інші причини чи причини розмиваються: «Зміна клімату є, але вона обумовлена самою природою; дії людства не мають до цього жодного стосунку»;
- *зміна клімату не заперечується*, але стверджується, що її вирішать наука та техніка: «Наука та техніка завжди допомагала людству вирішувати свої проблеми» . [7, с. 125]

Велден ван дер Г. і Шільдмайер Д. звертають увагу, що, отримуючи соціальну ліцензію, наприклад, на будівництво нової енергетичної

інфраструктури, варто дотримуватися комунікативної етики, оскільки комунікація та взаємодія зараз є важливими складовими такого проекту. Для нього потрібний комунікаційний план так само, як і план інженерний [13].

Вони пишуть: «громадяни хочуть, щоб їх сприймали серйозно, і очікують, що інформація буде негайною та доречною. Ми вважаємо, що є кілька «золотих правил» спілкування із зацікавленими сторонами»:

- *Залучайте на ранній стадії*: залучайте аудиторію на ранніх стадіях процесу. Чекаючи, доки рішення будуть прийняті, а план уже складено, – це надто пізно, що принципово суперечить моделі спільного творчості.
- *Залучайте громади завчасно*, щоб вони знали, що буде.
- *Спілкуйтеся часто й онлайн*: у мережевому світі спілкування має бути частим. Соціальні мережі дали людям платформу для спілкування. Це також підвищило очікування від компаній бути прямими та швидкими. Соціальні медіа надають унікальну можливість слухати громадян і спілкуватися з ними безпосередньо: використовуйте цей інструмент у своїх інтересах.
- *Будьте відкритими та прозорими*: переконайтеся, що ви та ваші представники є відкритими та прозорими, є критично важливим для встановлення чесності та довіри. Часто відсутність ясності в проекті буде сприйматися як негативний намір з вашого боку: «Вони, мабуть, щось приховують». Повідомлення про ризик є особливо ключовим: якщо ви за замовчуванням використовуєте 100% безпечний режим, ви програєте. Якщо ви відкрито говорите про ризики та заходи, які ви вживаєте для їх контролю, вам набагато більше довіри.
- *Будьте ближче до своєї громади*: ключовим моментом є наближеність до потерпілої спільноти
- *Будьте гнучкими та стратегічними*: ваша комунікаційна стратегія має бути гнучкою та відповідати фазі проекту. Ви повинні бути гнучкими у постановці цілей і постійно підлаштовуватися під проект.
- *Зруйнують бар'єри у вашій компанії*. Це легше сказати, ніж зробити, але комунікації та операції мають працювати разом, щоб зміцнити довіру у створенні, зробити спілкування змістовним і зробити цінність розробки проекту.
- *Знищать бар'єри у вашій компанії*: це легше сказати, ніж зробити, але комунікації та операційна діяльність повинні працювати разом, щоб зміцнити довіру в організації, зробити розмову змістовною та створити цінність у розробці проекту [13]

Дж. Хогган – президент PR-компанії Hoggan & Associates, прихильник етики та доброчесності у зв'язках з громадськістю, заснував впливовий веб-сайт DeSmogBlog [14], щоб викривати кампанії з дезінформації, які забруднюють суспільні дебати навколо зміни клімату та навколишнього середовища. Він консультував широкий спектр організацій, урядів, університетів і корпорацій, і є затребуваним спікером у Північній Америці та Європі [14], прагнув підвищити обізнаність та допомогти людям стати підкованими щодо глобальної проблеми дезінформації про зміну клімату. На сайті Хокагана Дж. є спеціальний розділ, що

присвячений кліматичній дезінформації, яку дослідники розглядають як основний фактор поляризації суспільства щодо кліматичної кризи та формування ставлення громадськості до науки про клімат. Особи, які піддаються впливу такого роду дезінформації, з меншою ймовірністю підтримають політику пом'якшення наслідків, що заважає політикам вживати значущих кліматичних заходів [15].

Отже, зміна клімату є сьогодні однією з найбільш обговорюваних тем у всьому світі. Особливої уваги в цих умовах має проблема стратегії кліматичної комунікації. Логічно, що привертають увагу технологій паблік рилейшнз. Їх застосування оцінюється неоднозначно, оскільки аналіз західних публікацій свідчить про існування різних парадигм в оцінках змін клімату. Ми пропонуємо умовно називати їх як скептицизм та оптимізм /реалізм. Вони пов'язані з негативними та позитивними оцінками їх взаємодії зі зв'язками з громадськістю.

Скептичні нарративи піар-дій знаходять вираз у кліматичній дезінформації, що поширюються, перш за все, у таких секторах як вугілля – сталь – залізниця – нафти та газу – енергетична сфера, тощо. Піарщики, що були схильні до скептичної парадигми, прагнули стверджувати, що причин для тривоги немає. Від придумування «чистого вугілля» до «вуглецевого сліду» фірми зі зв'язків з громадськістю, як підкреслюють дослідження, робили важливий внесок у формуванні публічного дискурсу навколишнього середовища кліматичної та енергетичної політики. Часто, коли люди вважають термін «кліматична дезінформація», вони думають про заміну клімату, як твердить, що зміна клімату не є реальною або що вона не викликана людьми. Але це кліматична дезінформація.

Є і ті, хто спотворює розмови про клімат, використовуючи тактику «відволікти і відтермінувати», щоб стримати оптимістів. Це більш тонкі нарративи, але не менш руйнівні: вони не заперечують потепління клімату, а натомість нападають на заходи щодо боротьби з кризою, ставлять під сумнів сумлінність учених-кліматологів і стверджують, що захисники навколишнього середовища налаштовані панікерські.

Оптимістична/реалістична парадигма, яку пов'язують з МГЕЗК, а також з численними організаціями, що досягли консенсусу щодо наукових доказів викликаного людиною глобального потепління, прагне дотримуватися комунікативної етики, оскільки формування ставлення громадськості до науки про клімат можливо лише на засадах етичного ПР.

Список літератури

1. Тихомирова Є. Б. Зміна клімату як складова міжнародних програм безпеки. Вісник Львівського університету. Серія : Міжнародні відносини, Львів, № 44, с. 22–31
2. Climate Change and Security in Eastern Europe, Central Asia and the Southern Caucasus. URL: <https://www.osce.org/projects/climate-change-and-security> (дата звернення: 12.09.22).

3. The Nobel Peace Prize for 2007. URL: https://www.nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2007/press.html (дата звернення: 12.09.22).
4. Poushter J., Manevich D. Globally, People Point to ISIS and Climate Change as Leading Security Threats. Pew Research Center. August, 2017. URL: http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/2/2017/07/31101043/Pew-Research-Center_2017_07.13_Global-Threats_Full-Report.pdf (дата звернення: 12.09.22).
5. Special Eurobarometer 513. Climate Change. Report Summary. Report Fieldwork: March – April. 2021. URL: https://climate.ec.europa.eu/system/files/2021-07/report_summary_2021_en.pdf. (дата звернення: 05.10.22).
6. 6 steps for successful project communication. URL: <https://www.culturepartnership.eu/en/article/nurzinska-6-steps> (дата звернення: 12.09.22).
7. Almiron, Núria, and Jordi Xifra. Climate change denial and public relations: strategic communication and interest groups in climate inaction. Taylor & Francis, 2020, 269p.
8. ¹McMullen Jane. The audacious PR plot that seeded doubt about climate change. URL <https://www.bbc.com/news/science-environment-62225696>. (дата звернення: 05.10.22).
9. Lieberman Amy, Rust Susanne. Big Oil braced for global warming while it fought regulations, dec. 31, 2015. (дата звернення: 05.10.22).
10. Brulle, R.J., Werthman, C. The role of public relations firms in climate change politics. *Climatic Change* 169, 8 (2021). URL https://cssn.org/wp-content/uploads/2021/11/10584_2021_3244_OnlinePDF.pdf (дата звернення: 03.10.22).
11. List of Worldwide Scientific Organizations. URL: <https://www.opr.ca.gov/facts/list-of-scientific-organizations.html> (дата звернення: 07.10.22).
12. Galloway, C. & Lynn, M. Public Relations and climate change impacts: Developing a collaborative response. *PRism* 5(1-2): URL: http://praxis.massey.ac.nz/prism_on-line_journ.html (дата звернення: 07.10.22).
13. Hardware comes with soft skills: the role of communications in the public acceptance of energy projects. Hansch van der Velden and Dimitri Schildmeijer. URL: <https://www.ipra.org/news/itle/hardware-comes-with-soft-skills-the-role-of-communications-in-the-public-acceptance-of-energy-projects/> (дата звернення: 07.10.22).
14. DeSmog. URL: <https://www.desmog.com/about/> (дата звернення: 11.10.22)
15. What is climate disinformation? URL: https://www-globalwitness-org.translate.google/en/blog/what-climate-disinformation/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=ru&_x_tr_hl=ru&_x_tr_pto=sc (дата звернення: 11.10.22)

Scientific publications

MATERIALS

The I International Scientific and Practical Conference
«An overview of modern scientific research in various fields of science»

Amsterdam, Netherlands. 238 p.

(October 17 – 19, 2022)