



ВОПРОСЫ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ

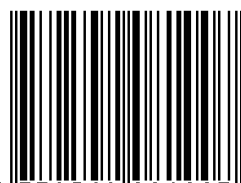
▶ **ELECTRONIC JOURNAL** • **МАРТ 2020 № 10 (94)** •

▶ **SCIENTIFIC-PRACTICAL JOURNAL**
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

САЙТ ЖУРНАЛА: [HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://scientificpublication.ru)
ИЗДАТЕЛЬСТВО: [HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](https://scientificpublications.ru)
СВИДЕТЕЛЬСТВО РОСКОМНАДЗОРА ЭЛ № ФС 77-65699



ISSN 2542-081X



9 1772542 1081007

Вопросы науки и образования

№ 10 (94), 2020

Москва
2020





Вопросы науки и образования

№ 10 (94), 2020

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
[HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://scientificpublication.ru)
EMAIL: [INFO@SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](mailto:info@scientificpublications.ru)

**Главный редактор
ЕФИМОВА А.В.**

Издается с 2016 года.

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)
Свидетельство ПИ № ФС77 – 65699

Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с **ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ** указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

ISSN 2542-081X



Содержание

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	4
<i>Болтаева М.Ш.</i> АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ ИНДОНЕЗИИ	4
<i>Кадирова Ш.Х., Фарманов Э.А., Пулатов М.М.</i> ВАЖНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ТРАНСПОРТНЫХ МАРШРУТОВ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА	9
ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	15
<i>Равшанов М.</i> КОНЦЕПТОСФЕРА В УЗБЕКСКОЙ ЭТНОКУЛЬТУРОЛОГИИ	15
<i>Sotimova M.K., Omanbayeva A.A., Jumaniyazova G.U.</i> WHAT IS A COMMUNICATION STRATEGY?	20
МЕДИЦИНСКИЕ НАУКИ	23
<i>Облокулов А.Р., Худойдодова С.Г., Фарманова М.А.</i> ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИВИРУСНОЙ ТЕРАПИИ И ХАРАКТЕРИСТИКА СТЕПЕНИ ФИБРОЗА ПЕЧЕНИ У БОЛЬНЫХ ХРОНИЧЕСКИМ ГЕПАТИТОМ С.....	23

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ ИНДОНЕЗИИ

Болтаева М.Ш.

*Болтаева Мохичехра Шариповна – старший преподаватель,
кафедра экономики сферы сервиса,
кафедра туризма и гостиничного хозяйства,
Бухарский государственный университет,
г. Бухара, Республика Узбекистан*

Аннотация: *в данной статье дается анализ развития электронной коммерции в Республике Индонезии. Электронная коммерция относится ко всем коммерческим транзакциям, которые относятся к организации и частному лицу, основанные на цифровой обработке и основанные на Интернете.*

Ключевые слова: *интернет, электронная коммерция, коммерческие транзакции, цифровизация.*

В Индонезии электронная коммерция как один из видов экономической деятельности, поддерживаемая интернет-инфраструктурой, имеет широкую сегментацию и реализацию. Страна стала самым быстрорастущим рынком электронной коммерции. В течение года рост электронной коммерции в Индонезии вырос с 45% до 78%. Рынок электронной коммерции в Индонезии в настоящее время в 2200 млн. \$ США в валовой рыночной стоимости в 2019 году, поэтому считается электронной коммерции гнездо в Юго - Восточной Азии.

Согласно отчету Google и Temasek, в 2018 году 35 миллионов индонезийцев совершили онлайн-покупки; и эта цифра может достигнуть 119 миллионов к 2025 году.

Индонезия - страна с быстрой оцифровкой. Согласно «Глобальному цифровому отчету за 2019 год», опубликованному wearesocial.com, 133 миллиона индонезийцев или 51% от общей численности населения в 265 миллионов человек имеют доступ к Интернету через

настольные компьютеры, ноутбуки и мобильные соединения. Почти три четверти онлайн-потребителей в Индонезии используют мобильные устройства для покупок. Индонезийцы в основном пропускают типичную эволюцию от ПК до мобильных устройств, которую пережили Европа и США. Поэтому многие потребители обратились непосредственно к мобильным устройствам. В результате 70-80% интернет-трафика проходит через мобильные соединения. Мобильные данные, что составляет половину стоимости аналогов в Юго-Восточной Азии и одни из самых низких в мире, также доступны по цене. В результате в стране имеется большая база абонентов мобильной связи: около 180 миллионов, причем около 106 миллионов (40% населения) владеют смартфонами.

Что еще интереснее, 100% людей в возрасте от 16 до 24 лет, которые представляют молодое поколение страны, использовали Интернет. И 98% этих молодых людей имеют смартфоны. Это цифровые или интернет-уроженцы, у которых нет проблем с использованием платформ электронной коммерции.

В течение многих лет электронная коммерция Индонезии была горячим рынком, так как многие компании заинтересованы в ее огромном потенциале. Давайте посмотрим на некоторые успешные компании на индонезийском рынке электронной коммерции.

Tokopedia является крупнейшим онлайн-рынком в Индонезии, позволяя частным лицам и предприятиям открывать и легко управлять своими собственными интернет-магазинами. Он получил финансирование на сумму более 100 миллионов долларов США от японского Softbank и известной американской компании венчурного капитала в сфере технологий Sequoia Capital.

Являясь важным игроком в регионе, особенно в странах, ориентированных на мобильные устройства, Shopee - это, прежде всего, мобильный, диверсифицированный интернет-магазин, который также предоставляет возможность совершать регулярные покупки в Интернете. Крупная

платформа в Юго-Восточной Азии, Shopee также присутствует в Сингапуре, на Филиппинах, в Малайзии, Таиланде, Вьетнаме, а также на Тайване.

Bukalapak является еще одним из ведущих интернет - площадок в Индонезии, предоставляя платформу для электронной коммерции для брендов и я ndividuals легко купить и продать в Интернете. Bukalapak настаивает на простоте и надежности электронной коммерции, предоставляя дополнительные финансовые гарантии своим клиентам.

Одним из самых важных положительных аспектов индустрии электронной коммерции в Республике Индонезия является ее вклад в развитие экономики.

Во-первых, давайте посмотрим на финансовые выгоды, которые приносит электронная коммерция. По оценкам McKinsey, Индонезия является крупнейшим рынком онлайн-торговли в Юго-Восточной Азии, приносящим сегодня около 3 миллиардов долларов новых доходов от потребления и, вероятно, 20 миллиардов долларов к 2022 году. Если взглянуть на это с другой стороны, то 30% текущей онлайн-торговли - это новое потребление, или покупки, которых бы не было в отсутствие электронной коммерции. Эта сумма, вероятно, увеличится по мере распространения онлайн-торговли в регионах с неиспользованными потребностями в потреблении. Новые расходы, связанные с онлайн-торговлей, возможно, связаны с высоким уровнем сбережений в Индонезии по сравнению со странами-аналогами: национальные сбережения достигают 32% ВВП по сравнению с 30% во Вьетнаме, 28% в Малайзии и 22% в среднем по Организации. Страны экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Одним из секторов, который, похоже, выиграл от роста онлайн-торговли, являются ювелирные изделия. За последние несколько лет экспорт вырос с низких уровней до 4 миллиардов долларов в 2017 году , сопоставимых по стоимости с экспортом Индонезии меди и бурого угля. Исследования McKinsey показывают, что увеличение было вызвано местными

ремесленниками, которые часто используют онлайн-платформы для привлечения покупателей.

Кроме того, недавно состоялось мероприятие Future Commerce Indonesia 2019. В рамках темы «Формирование будущего коммерции» Future Commerce Indonesia 2019 объединила ведущие бренды и розничные сети из межотраслевой, кросс-технологической, инновационных технологий и стартапов, чтобы разрушить и сформировать будущее коммерции в современной цифровой среде.

Список литературы

1. *Хайитбоев Б.Х., Нажмиддинов С.Н.У.* Опыт зарубежных стран в формировании цифровой экономики: выводы и перспективы для Узбекистана // Вестник науки и образования, 2020. № 1-2 (79).
2. *Хуррамов О.К.* Как мы можем использовать интернет-маркетинг в сфере гостиничной индустрии // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 344-349.
3. *Кайимова З.А., Бахтиёрова Г. Б.* Диверсификация-стратегия корпорации в повышении эффективности производства // Наука и образование сегодня, 2020. № 2 (49).
4. *Таирова М.М., Кодирова Н.Р.* Инновация-концептуальная основа модернизации // Наука и образование сегодня, 2020. № 2 (49).
5. *Болтаева М.Ш.* Экологические и природные ресурсы в туризме в развитии экономического потенциала Бухарского региона // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 202-207.
6. *Хуррамов О.* Особенности использования маркетинговых инструментов в социальных медиа // Alatoo Academic Studies, 2016. № 2. С. 236-249.
7. *Рахматуллаева Н.М.* Современное состояние центрально-азиатских исследований во Франции // Вопросы науки и образования, 2020. № 5 (89).

8. *Болтаев Ш.Ш.* Наиболее важные вопросы развития экологического туризма // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 26-31.
 9. *Abdullaevna K.Z., Alievna M.O.* Innovation policy of the country and its mechanism // Достижения науки и образования, 2020. № 2 (56).
 10. *Khurramov O.K., Boboqulov A.A.* Digital tourism plays an important role in economic development // Наука-эффективный инструмент познания мира, 2019. С. 9-10.
 11. *Уракова М.Х., Нутфуллоев Т.Г., Негматов М.Ш.* Совершенствование системы управленческого контроля в гостиницах // Вопросы науки и образования, 2020. № 5 (89).
 12. *Шадиев А.Х., Давронов И.О.* Роль развития персонала в повышении эффективности услуг и его влиянии на экономику // Вопросы науки и образования, 2020. № 6. С. 90.
 13. *Азимов О.Х.* Влияние новых инновационных технологий в индустрию туризма // Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России, 2017. С. 350-354.
-

ВАЖНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ НОВЫХ ТРАНСПОРТНЫХ МАРШРУТОВ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Кадилова Ш.Х.¹, Фарманов Э.А.², Пулатов М.М.³

¹*Кадилова Шафоат Хабибуллоевна – преподаватель;*

²*Фарманов Эркин Алимович – преподаватель;*

³*Пулатов Мироншоҳ Музаффарович – студент,
кафедра туризма и гостиничного хозяйства,
Бухарский государственный университет,
г. Бухара, Республика Узбекистан*

Аннотация: *основной инфраструктурой, составляющей туристический сектор, является размещение, питание и транспорт. Поэтому транспортные услуги играют ключевую роль в развитии туризма. Развитие и совершенствование транспортных услуг создаст удобства для туристов и облегчит их путешествие. Это будет способствовать развитию туризма в стране.*

Ключевые слова: *транспортная логистика, развития туризма, транспортных услуг, развития паломнического туризма, 7 Пиров Бухары, самостоятельные туристы.*

В своей исследовательской работе Александра Лапко заявила, что главная роль в развитии туризма в регионе заключается в предоставлении еды, жилья и транспортных услуг вместе с городской архитектурой и культурными памятниками. Поэтому транспортные услуги всегда в центре внимания.

Согласно указу Президента Республики Узбекистан Ш.М. Граждане 45 стран могут находиться в Узбекистане в течение 30 дней без визы. Кроме того, 76 странам была предоставлена электронная виза для посещения страны в течение 30 дней. (1)

Также, согласно главе 3 раздела 3 Концепции развития туризма в Республике Узбекистан на 2019-2025 годы, основными направлениями развития туризма являются развитие транспортной логистики, расширение внешних и

внутренних маршрутов, улучшение транспортных услуг, в том числе:

«Выгодные условия для развития пассажирских перевозок, в том числе создание регулярных транспортных маршрутов, создание удобных точек доступа для различных транспортных средств»

Это в свою очередь свидетельствует о развитии неорганизованного туризма. В такой ситуации необходимо совершенствовать и развивать туристическую инфраструктуру.

Для выполнения задач, поставленных Президентом Республики Узбекистан в ходе визита в Бухарскую область 29-30 марта 2019 года и протоколов встреч с участием региональных активистов, Министерство транспорта создало современное автобусное сообщение по маршруту Бухара-Ташкент-Самарканд-Хорезм-Кашкадарья.

Поэтому с учетом того, что в течение месяца в филиал ООО «Узавтотранспорт» при Министерстве транспорта будет доставлено 20 автобусов, планируется поставить междугородние автобусы «Ташкент-Самарканд-Навои-Бухара» с автовокзала «Бухара». Рейс был запущен.

Эти автобусы оснащены оборудованием для видеонаблюдения и устройством GPS, которое полностью соответствует требованиям безопасности. Автобус также будет обслуживаться двумя квалифицированными и опытными водителями и сможет предоставлять образцовые транспортные услуги пассажирам в централизованной диспетчерской службе. Стоимость проезда по маршруту Бухара-Ташкент составляет 70 000 сум. Билеты можно приобрести в кассе.

Кроме того, ожидается, что дополнительная информация о расписании автобусов будет регулярно передаваться через средства массовой информации и через Министерство транспорта

В настоящее время в Бухарской области недостаточно мест для самостоятельных туристов (участников неорганизованного туризма). В частности, паломники не

имеют широкого доступа к транспортным услугам. Независимые путешественники не смогут переселиться куда-либо из знаменитых 7 Пиров Бухары в любое время.

Не секрет, что в нашей стране большое внимание уделяется развитию туристического туризма. Бухарская область обладает достаточным потенциалом для развития паломнического туризма. 21-23 февраля 2013 года в Бухаре состоялся I-Международный форум по выездному туризму. После конференции мусульмане из Малайзии, Индонезии, Турции и даже европейских стран намеренно посещают святыни, изучая богатое духовное и культурное наследие своих предков. Большинство туристов - местные и зарубежные паломники, особенно по туристическому маршруту "7 Пир".

Исходя из этого, целесообразно создать новый транспортный маршрут по маршруту 7 Пир в Бухарской области. Этот маршрут обеспечит бесплатные и безопасные посещения как отечественных, так и иностранных посетителей, и предоставит удобные транспортные услуги.

Организация новых маршрутов создаст удобства для самостоятельных туристов и будет способствовать развитию как внутреннего, так и въездного туризма.

29 мая 2019 года Ф. Ходжаев, директор департамента развития туризма Бухарской области, получил письменную заявку на создание новых маршрутов.

Предложенный мной новый «Бухара-7 Пир» был изучен специалистами регионального отдела развития туризма и отметил, что целесообразно реализовывать предложения с учетом удобства туристов. Также для реализации этих предложений был разработан график движения на этих маршрутах.

Таблица 1. Расписание графика и движения на маршруте "Бухара - 7 Пир"

№	Название остановки	Расстояние (км)	Время движения	Время ожидания (мин)
1	Бухара – Хожа Абдулхолик Гиждувоний	42,3	05:00- 16:00	20
2	Хожа Абдулхолик Гиждувоний – Хожа Мухаммад Ориф ар-Ревгарий	16,2	06:00-17:00	20
3	Хожа Мухаммад Ориф ар-Ревгарий – Хожа Махмуд Анжир Фагनावий	9	06:20-17:20	20
4	Хожа Махмуд Анжир Фагनावий – Хожа Али Ромитаний	37	07:00-18:00	20
5	Хожа Али Ромитаний – Хожа Мухаммад Бобойи Сомосий	5	07:20-18:20	20
6	Хожа Мухаммад Бобойи Сомосий – Хазрат Сайид Амир Кулол	46,6	08:00-19:00	20
7	Хазрат Сайид Амир Кулол – Бахоуддин Накшбанд	5	08:20-19:20	20
8	Бахоуддин Накшбанд – Бухоро	13	09:00-20:00	20

Источник: разработка автора (Кадирова Ш.Х.)

Было указано, что было бы целесообразно пригласить следующее заседание Комиссии по маршрутной торговле в этом районе в случае положительного обзора этого района.

Организуя такие маршруты, можно также увеличить количество посетителей в Узбекистан, особенно в Бухару.

Список литературы

1. *Olimovich D.I. Tourism potential of Uzbekistan // Lucrările Seminarului Geografic" Dimitrie Cantemir", 2015. Т. 40. С. 125-130.*

2. *Farmonovna E.A., Matyakubovna K. M., Habibulloevna K. S.* THE ROLE OF THE TOURISM NATIONAL CRAFTS IN BUKHARA REGION // European science, 2020. № 1 (50).
3. *Olimovich D.I., Khabibovna K.M., Alimovich F E.* Innovative ways of reducing tourism seasonality of tourist areas // Достижения науки и образования, 2020. № 1 (55).
4. *Alisherovna D.N.* FLIPPED LEARNING AS THE KEY TO IMPROVING EDUCATION IN HIGHER EDUCATION // European science, 2020. № 1 (50).
5. *Olimovich D.I., Khabibovna K.M., Samadovich R.S.* Improving tourist season in Bukhara region // Вестник науки и образования, 2020. № 1-2 (79).
6. *Арипова М.С., Рузиев С.С.* Организационная структура ресторанов // Вопросы науки и образования, 2020. № 6 (90).
7. *Давронов И.О.* Экономическое влияние инноваций в индустрии туризма // Наука, техника и образование, 2019. № 11 (64).
8. *Халилов Б.Б., Курбанов Ф.Г.* Важность подготовки кадров в экономике // Вопросы науки и образования, 2020. № 6 (90).
9. *Шадиев А. Х., Давронов И. О.* Роль развития персонала в повышении эффективности услуг и его влиянии на экономику // Вопросы науки и образования, 2020. № 6. С. 90.
10. *Фарманов Э.А., Кадыров Д.Х., Ходжаева Ф.Н.* Роль культурного наследия Узбекистана в развитии туризма // Вестник науки и образования, 2020. № 2-3 (80).
11. *Davronov I.O.* Innovative ways of improving excursion service around the touristic destinations // Indonesian Journal of Innovation Studies, 2020. Т. 10. № 1.
12. *Yavmutov D.Sh., Rakhimov O.H.* Elaboration of regional strategies for the development and improvement of land and water in agriculture // Academy, 2020. № 2 (53).
13. *Olimovich D.I., Kudratovna F.S., Sayfitdinovich I.B.* THE IMPORTANCE OF MARKETING ANALYSIS FOR PREDICTING THE PROSPECTS OF RESTAURANTS IN BUKHARA HOTELS // Economics, 2020. № 1 (44).

14. Фарманов Э.А., Кадыров Д.Х., Ходжаева Ф.Н. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ // Достижения науки и образования, 2020. С. 20.
15. Davronov I.O., Ismatillayeva S.S. The role of innovative technologies for improving economy of hotels, 2019.
16. Azamatovich H.L. Hakim At Termiziy scientific heritage in the Hadis theme // International Journal on Integrated Education, 2019. Т. 2. № 5. С. 10-13.
17. Davronov I.O., Umirov J.T., Mukhamedjanova M.B. MECHANISMS OF IMPROVING STAFF TRAINING // Academy. № 2 (53), 2020.
18. Turobovich J.A., Uktamovna M.N., Turobovna J.Z. MARKETING ASPECTS OF ECOTOURISM DEVELOPMENT // Economics, 2020. № 1 (44).
19. Davronov I.O., Tadjibayev M.B., Narzullaeva G.S. IMPROVING OF PERSONNEL TRAINING IN HOTEL BUSSINES // Academy. № 2 (53), 2020.
20. Qizi K.N.N. “new world in the ancient desert” the prosperous ways of the development of eco-tourism in Bukhara region // Science Time, 2014. № 8 (8).

ФИЛОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

КОНЦЕПТОСФЕРА В УЗБЕКСКОЙ ЭТНОКУЛЬТУРОЛОГИИ

Равшанов М.



*Равшанов Махмуд – профессор,
кафедра языков,
Навоийский государственный горный институт,
г. Навои, Республика Узбекистан*

***Аннотация:** язык и реальность - учение о Бытии уже в древности было важнейшей частью философии т.е. считали, что онтология – самая абстрактная область философского мышления. Онтологическое знание всеохватно, универсально, относится ко всему, что существует. Онтологические исследования номинативных единиц в статье анализируются в следующих трех направлениях и ипостасях на материалах узбекского языка: Онтологические свойства и особенности языка определяются как языковые, философские и логические феномены в следующих концепциях: а) репрезентативные сущности; б) объективные и субъективные особенности; в) антропоцентрические принципы; г) динамический и деятельностный характеры номинативных единиц узбекского языка.*

***Ключевые слова:** концепт, концептосфера, этнокультурология, язык и реальность.*

УДК 812.374. 2

Концептуальное исследование «Адам» во многих языках мира, в том числе в узбекском языке, будучи главным концептом, в своей понятийной части акцентирует внимание на факторах, которые формируют полноценного свойства любого человека, которые фиксируются во всех сферах национальной узбекской этнокультурологии. Значение и смысл концепт «Адам» с арабского языка происхождения, означает, земля или часть земли. Например, воспитание, труд и знания человека, которые входят в часть концепта «Адам». Эти предположение аргументированы на материале узбекского языка как понятие полноценного человека включает три компонента: *ақл* (ум) (рациональное) + *юрак* (сердце) (эмоциональное) + *гайрат* (отвага, внутренняя сила, помогающая человеку преодолевать трудности). Человек, в котором есть гармония разумно-рационального и эмоционально-чувственного, подкрепленная отвагой, внутренней силой – таков этнокультурный идеал человека в узбекской, особенно, тюркоязычной лингвокультурологии [4. 24-48].

Человек – часть социума, поэтому многие качества человека должны служить во благо не только самого человека, но и во благо всего социума. Социум этнокультурологии в тюркоязычных концептосферы, предъявляет определенные требования к человеку, в силу чего человек в узбекской лингвокультуре редко именуется нейтрально, чаще всего он оценивается по степени соответствия/несоответствия нормативным требованиям социума. В результате в большинстве фразеологизмов и паремий, основанных на концепте «адам», присутствует либо положительная, либо отрицательная оценка, т.е. концепт «Адам» сопрягается с концептами «*ёмонлиқ*»(зло) - «*яхшилиқ*»(добро) [1. 102-176].

В узбекской лингвокультуре укоренено представление о том, что человеком руководит *ақл* (ум, способность мыслить), причем в наших исследованиях актуализируется следующее:

- ум контролирует чувства, это позволяет человеку избежать искушений;

-ум в сочетании со знаниями являются основой успеха:

-человек, обладающий *умом*, вправе давать советы другим людям, учить их принимать правильные решения, правильно воспринимать, адекватно реагировать[4.24-48]. Данное представление

Одним из наиболее ярких появлений специфики менталитета узбеков выступают концепты «*Ога-ини*», «*Қариндош*» (близкие родственники) в котором сконцентрированы философские, экономические, поведенческие, ритуальные мотивы и нормы человеческого общения в сфере родственных отношений. Толкования этих концептов в толковых словарях узбекского языка с примерами подкреплены.

В системе родственных связей в менталитете узбекского народа, каждый человек занимает конкретное место с подобающими правами и обязательствами, в целом эта система помогает человеку выжить, придает чувство защищенности. Благодаря четко определенным и отлаженным связям в сфере родственных отношений в узбекской концептосферах, человек до конца жизни чувствует себя востребованным, нужным, поддерживая полноценное межличностное общение с близкими людьми разных поколений, благодаря чему сохраняется интерес к жизни, психическое и физическое здоровье [2. 238-254].

Социальный характер концептосферы узбекской лингвокультуры проявляется и в том, что существовал и существует до настоящего времени четко отработанный этикет поведения, и особенно, это касается норм поведения в сфере родственных отношений в узбекском менталитете: нормы взаимодействия между старшими и младшими родственниками, между дальними и близкими родственниками, между мужем и женой, между родителями и детьми, между представителями разных поколений.

Наиболее важную часть языковой и национальной картины мира узбекского народа составляют так называемые ядерные

концепты, обозначающие высшие ценности этноса либо ориентиры, определяющие поведения людей – концепты «*номус*» (позор), «*қаноат*». Интерес представляет то, что оба концепта являются «переживаемыми», т.е. в сознании человека они формируются по мере накопления жизненного опыта и багажа знаний. Например, концепт «*қаноат*» в своей понятийной части узбекского языка формируется примерно к середине жизни человека, когда человек способен удовлетворить элементарные жизненные потребности и у него возникает желание и возможность остановиться и задуматься над духовными потребностями. «*Номус*», в отличие от «*Қаноат*», ближе к эмоциональным концептам, т.е. его образно-ассоциативная часть широкая [3. 255 – 281].

Концепт «*дастархан*» (скатерт) занимают более низкую ступень в национальной узбекской концептосфере в сравнении с «*Адам*», «*Номус*» и «*Қаноат*», однако и они отражают социальные связи узбекского народа. Данный концепт имеет четко выраженный визуальный образ, но понятийная составляющая переросла этот образ и поднялась до уровня национального узбекского символа. Концепт «*дастархан*» интересны тем, что сохранили свою понятийную часть неизменной.

Эти принципы исследованы в логико-грамматических работах как когнитивные категории. Эти слова реализуется в речи, т. е. в синтагматическом плане расширяют свои понятийные, этнокультурные, социокультурные, лингвокультурные, когнитивные, логико-философские и национальные колориты и обычаи узбекского народа [4.24-48].

Исследование сознания как единства двух сторон – субъективной формы и объективного содержания возможно только на основе выяснения природы субъективного. В этой связи следует исходить из того, что понятие «субъективное» имеет ряд уровней (смыслов). В одном из значений субъективное служит для обозначения неполноты либо даже ложности наших представлений о мире. Но одновременно это и необходимое средство действительного отображения

реального мира, благодаря которому моменты, связанные с реальностью, могут разделять мысль, придавая отдельным сторонам явлений самостоятельность для последующего свободного оперирования ими. Например: «*Айтмоқчи, уйга борганда келинимни **Наврўз** билан табрикланг.*» (Шукур Холмирзаев).

*Баъзи даврларда кураш боиланишидан олдин “Кулоқчўзма” ўйинига асосан ўсмирлар таклиф этиладибиридир. “Икки машина ёнма-ён юрса сизадиган бу тошлоқ ўйдим чуқур кўча бир-икки бурилишидан кейин болалар тўп сурадиган, **чиллак** ўйнайдиган кенгиш майдонга етганда иккига бўлиниб кетади”* (Шукур Холмирзаев)

В этом же направлении обоснованы конвенциональные концепции в «картинах» мира языковых единиц. Конвенциональность языковых единиц с онтологическими свойствами определены также с логической, лингвистической и философской точек зрения. Эти ментальные концептуальные сферы языковой национальной картины мира определяют многие выше изложенные концепции, которые входят в концептосферу в узбекскую этнокультурологию.

Список литературы

1. *Барт Р.* Империя знаков. М.: Прогресс, 2004. С. 102
2. *Сетир Э.* Язык. М.: Прогресс. 1963. С. 238-254.
3. *Уорф Б.А.* Отношение норм поведения и мышления к языку, 1963. М.: Прогресс. С. 255–281.
4. *Равшанов М.* Семиологическая и лексикологическая характеристика номинативных единиц. Автореферат дисс. док. филол. наук. Фергана. 72 с.

WHAT IS A COMMUNICATION STRATEGY?

Sotimova M.K.¹, Omanbayeva A.A.², Jumaniyazova G.U.³

¹*Sotimova Mahfuza Kadamboyevna – Student;*

²*Omanbayeva A'lohon Anvarovna – Student;*

³*Jumaniyozova Gulira'no Ulugbekovna - Student,*

DEPARTMENT OF GUIDANCE AND TRANSLATION
ACTIVITY, FACULTY OF FOREIGN PHILOLOGY,
URGENCH STATE UNIVERSITY,
URGENCH, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: *a communication strategy is the critical piece bridging the situation analysis and the implementation of a social and behavior change communication (SBCC) program. It is a written plan that details how an SBCC program will reach its vision, given the current situation. Effective communication strategies use a systematic process and behavioral theory to design and implement communication activities that encourage sustainable social and behavior change. In this article, the abovementioned factors are discussed.*

Keywords: *process, development, entire, strategy, tone direction, products, material, communication, activities, set.*

Most communication strategies include the following elements:

- *Brief summary of the situation analysis and audience segmentation

- *Program theory to inform strategy development and communication objectives

- *Approaches for achieving objectives and positioning for the desired change

- *Benefits and messages to encourage desired change

- *Communication channels to disseminate messages

- *Implementation plan and monitoring and evaluation plan

Many of the elements of the communication strategy have their own How-to Guide in this collection and should be reviewed during the development of the communication strategy. Why develop a communication strategy? A communication strategy guides an entire program or intervention. It sets the tone and

direction so that all communication activities, products and materials work in harmony to achieve the desired change. Strategic activities and materials are more likely to promote change. A communication strategy also enables take holders and partners to provide input and agree upon the best way forward so that actions are unified. With an agreed-upon communication strategy, staff and partners have a map they can refer to through the various program development stages. Who should develop a communication strategy? The program team, including program managers and communication specialists, should work closely with relevant take holders and partners to develop the communication strategy. Participation of individuals and groups directly affected by the problem is critical. Their active involvement from the start can help increase program impact and lead to long-term sustainability. The number of people involved in developing a communication strategy will depend on the purpose of the strategy (for example, a marketing strategy for a single product might require fewer people while a comprehensive national strategy for increasing demand would involve more people) and the format used for developing it (for example, a participatory workshop would involve more people while a core working group consulting with stakeholders would involve fewer people). When should a communication strategy be developed? The communication strategy should be developed after the analyses (situation, audience and program) have been conducted. The strategy should be final before creating materials or activities and implementing the program. Review the situation and audience analyses, paying particular attention to the audience characteristics and barriers to change described in the summary. Next, segment those potential audiences into groups with similar needs, preferences and characteristics. See the audience segmentation guide for more detailed instruction on segmenting the potential audiences. From these segments, determine the priority audience. Generally, the group with the highest rank is the best choice for a primary audience.

References

1. Williams J.E. Middle School: Fairy Tale Elements, 2006.
2. How To Write A Novel: Simple Steps to Write Compelling Novels That Keep The Pages Turning (Writing Mastery, Fiction Writing) Kindle Edition by William Swain (Author). February 6, 2019 . P. 52.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ АНТИВИРУСНОЙ ТЕРАПИИ И ХАРАКТЕРИСТИКА СТЕПЕНИ ФИБРОЗА ПЕЧЕНИ У БОЛЬНЫХ ХРОНИЧЕСКИМ ГЕПАТИТОМ С

Облокулов А.Р.¹, Худойдодова С.Г.², Фарманова М.А.³

¹Облокулов Абдурашид Рахимович – доктор медицинских наук, профессор;

²Худойдодова Сайёра Гофурджановна – кандидат медицинских наук;

³Фарманова Махтоб Алимовна - преподаватель, кафедра инфекционных болезней и эпидемиологии, факультет медико-педагогический и высшего сестринского дела,

Бухарский государственный медицинский институт,
г. Бухара, Республика Узбекистан

Аннотация: под наблюдением находились 319 пациентов в возрасте 19-55 лет с HCV-инфекцией, из них 110 (34,5%) больных мужчин и 209 (65,5%) женщин. Все больные были под диспансерным наблюдением в поликлиниках Бухарской области. Выявлены у 63,9% (n=204) больных первый генотип вируса, 0,5% (n=18) второй генотип; у 21,9% (n=70) третий генотип, 0,8% (n=27) четвертый генотип. До противовирусной терапии в основной группе больных у 22 (20%) выявлен фиброз F₀, у 30 (27%) F₁, у 36 (31,8%) F₂, у 23 (21%) больных F₃. Фиброз F₄ стадии отмечен у 2 (0,2%) пациентов. С применением препаратов софосбувир+ледипасвир ранний вирусологический ответ отмечен у 204 (100%) пациентов, из них у 200 (98%) пациентов подтверждено отсутствие рецидива вiremии РНК HCV, быстрый вирусологический ответ отмечен у 195 (95,6%) пациентов. Параллельно с улучшением результатов лечения ХГС антивирусной терапии, также отмечено снижение прогрессирования фиброза печени.

Ключевые слова: HCV-инфекция, эласт тометрия, софосбувир, ледипасвир, карцинома, эластометрия, динамика лечения.

Инфекция, вызываемая вирусом гепатита С (HCV) – одно из наиболее часто встречаемых инфекционных заболеваний. На сегодняшний день в мире число инфицированных вирусом гепатита С (HCV) достигло более 180 млн, у большинство из них развивается хронический гепатит, реже ЦП (цирроз печени), гепатоцеллюлярная карцинома. Из-за отсутствия эффективной вакцины врядли стоит ожидать значительного снижения заболеваемости ХГС, что определяет важность разработки и совершенствование схем противовирусной терапии[1,2]. Хронический вирусный гепатит является риском развития цирроза печени (ЦП) и его осложнений, гепатоцеллюлярная карцинома (даже без формирования ЦП) [3-6]. Поэтому клиницисту, впервые выявившему хроническую HCV-инфекцию у пациента, необходимо оценить возможный индивидуальный прогноз пациента и показания к противовирусной терапии. В настоящее время стандартом противовирусной терапии (ПВТ) хронического гепатита С (ХГС) является комбинация пегилированного интерферона – альфа (Пег – ИНФ – альфа) и рибавирина, обеспечивающая 40–50 % в частоте достижения стойкого вирусного ответа при инфицировании HCV 1 генотипа при продолжительности лечения в течение 48 недель и 70–90 % при инфицировании HCV 2 и 3 генотипов и проведения лечения в течение 24 недель.

Стандартная антивирусная терапия (АВТ) хронического гепатита С является пегилированным-интерфероном-Альфа и рибавирином, а при генотипе HCV-1 лечение в течение 48 недель составляет 40-50% или при лечении HCV-2 и 3 в течении 24 недель достигает 70-90% эффективности.

Формирование стабильного вирусологического ответа в настоящее время приравнивается к эрадикации инфекции HCV, >99% пациентов имеют долгосрочную устойчивость к авиремии, отсутствие обнаружения РНК HCV в тканях печени и периферических мононуклеарных клетках, нормализацию количества аминотрансферазы, улучшение гистологических данных и, главное, снижение частоты образования цирроза печени [7-9].

Большим достижением современного АВТ является разработка алгоритма «основы вирусологического ответа АВТ» в HCV, который будет представлен на основе индивидуального подхода к лечению пациентов, прогностического значения генотипа HCV и количество вируса в динамике лечения.

Цель исследования: Выявить раннего и стойкого вирусологического ответа, также развития фиброза при применении комбинированных противовирусных препаратов (софосбувир, ледипасвир) у больных хроническим гепатитом С в амбулаторных условиях.

Материалы и методы исследования: Обследованы HCV РНК-позитивный пациенты (319) в возрасте 18-71 года вызванным HCV генотипов 1, 2, 3, которые ранее не получавшие АВТ. Обратившиеся в городской и сельских семейных поликлиниках 2018-2019 гг. из них мужчин – 110, женщин – 209, средний возраст 32,5 (25-40) лет. Длительность заболевания от 8 до 15 лет, в среднем 9,5 (9-11) лет. Исключены пациенты с индексом массы тела более 30, алкогольным, лекарственным поражением печени, а также пациенты, имеющие легочную, сердечную, почечную недостаточность более 1-й степени.

Больным проведено стандартное обследование, включающее сбор жалоб и анамнеза по основному и сопутствующим заболеваниям, врачебный осмотр с прицельной оценкой возможных «печеночных» знаков и признаков фиброза с помощью эластомертии (фиброскан). При биохимическом обследовании определены показатели цито литического, холе статического, мезенхимально-воспалительного синдрома и нарушения синтетической функции печени.

Критериями включения в исследование являются серологическое подтверждение наличия антитела гепатита С методом ИФА, качественное и количественное определение РНК ВГС методом полимеразной цепной реакции, отсутствие изменений в кроветворных органах, количество нейтрофилов в почках, щитовидной железе более $3 \cdot 10^9$ г\л, тромбоцитов

100*10⁹ г\л, гемоглобина более 110 г\л у женщин, более 120 г\л у мужчин, нормальный креатинин и ТТГ.

Этиологическую верификацию гепатита проводили серологическими методами, с выявлением анти HCV-core, незащищённых белков NS3, NS4, NS5, молекулярно-полимерной цепной реакцией генотипа IQ5 CUCLER в момент амплификации нуклеиновой кислоты. Этот уровень фиброза печени (по шкале METAVIR F₀, F₁, F₂, F₃, F₄) методом ультразвуковой эластометрии печени. При лечении пациентов с выявленным генотипом назначались препараты, содержащие Софосбувир и Ледипасвир (Софолед, софас, Вирпас). У пациентов выявляется быстрый вирусный ответ в течении 4 недель, а поздний вирусологический ответ через 12 недель. Эффективность антивирусной терапии при наличии раннего вирусологического ответа-увеличение виремии в 100 раз и более (> 2 log₁₀) через 4 недели после лечения, поздний вирусный ответ в 100 раз и более (> 2 log₁₀) лечение в течение 12 недель отсутствие HCV-РНК сразу после окончания противовирусной терапии (24 или 48 недель в зависимости от генотипа вирусного гепатита С). Результаты исследования и их обсуждение. 319 пациентов, отобранных для клинических исследований, были обследованы с эпидемиологической точки зрения и данные представлены в таблице. Согласно информации, приведенной в таблице, 110 из находящихся под контролем пациентов были мужчинами (34,5%) и 209 (65,5%) женщинами.

Пациенты были разделены на города и районы по данным таблицы следующим образом: По полу больные были распределены следующим образом: Анализы показывают, что в городе Бухаре было обследовано 50 человек, из которых 72%-женщины и 28%-мужчины, а в Гиждуванском районе – 36, 69,4% и 30,6%, Бухарский район 29,62%,38%, в районе Пешку 31,51,6% и 48,4%. Низкие показатели заболеваемости отмечены в Караулбазарском районе 7, 42,8% и 57,2% а также в Шафирканском районе 10, 70% и 30%. По результатам распределение больных на группы с минимальным, умеренным и тяжелым ФП (группы 1,2,3)

определяли длительность заболевания, возраст, индекс массы тела, МД, площадь селезенки, коэффициент де Ритеса, уровень холестерина, щелочной фосфатазы, фибриногена, ПТИ, тромбинового времени (табл. 1).

Таблица 1. Наиболее значимые показатели рутинных методов исследования при HCV-инфекции

Показатели	Функция	
	1	2
Длительность заболевания, годы	0,367	0,074
Возраст, годы	-0,030	-0,080
Индекс массы тела, кг/м ²	0,177	-0,364
МД- плотность печени по АГК, ед.	-0,156	0,172
Площадь селезенки, см ²	0,066	-0,076
Коэффициент Де Ритеса	1,336	2,183
Холестерин, моль/л	-0,333	-0,664
Щелочная фосфатаза, Ед/л	0,003	0,011
Фибриноген, г/л	-5,502	-5,612
ПТИ %	-0,072	0,029
Тромбиновое время, с	0,131	0,438

При анализе данных ПЦР, представленных в таблице, у 204 больных выявлен 1-генотип, у 18- второй генотип, у 70- третий генотип, а у 27-генотипа не было.

При исследовании подтипов генотипов генотип 1А был выявлен в 15 (7,4%) случаях, 1В 185 (90,7%) и 1АВ в 4 случаях (1,9%) у пациентов с 1 генотипом. Из 3, генотипов 3, в 20 (28,6%), 3В 15(21,4%), 3 в 22 (31,4%) подтипах были обнаружены, и 13 (18,6%) подтипов не были обнаружены.

Среди контрольных пациентов высокая вирусная частица (400 000 МЕ/мл) наблюдалась у 9 пациентов (43%), низкая вирусная частица у 12 пациентов (57%). У большинства пациентов контрольной группы отмечалось низкое содержание вирусных частиц.

В качестве не инвазивной оценки фиброза печени пациентам была проведена эластометрия. По данным эластометрии, у больных хронической HCV-инфекцией имеются достоверные различия ($p < 0,05$) показателей эластометрии в зависимости от стадии фиброза печени (ФП) стадии ХГ (стадии 1-3 по Metavir) и ЦП (стадии 4 по Metavir).

До начала противовирусной терапии в контрольной группе обследовано 113 пациентов (61%): у 22 пациентов (20%) выявлен фиброз уровня F_0 , у 30 пациентов, (27%) уровень F_1 , у 36 пациентов (31,8%) уровень F_2 , у 23-(21%) уровень F_3 . Фиброз F_4 степени развился у 2 пациентов (0,2%). Раннего вирусологического ответа у пациентов оценивали через 4 недели после лечения. В течение 4 недель лечения 90 (44,1%) наблюдаемых пациентов не обнаружили РНК ВГС, а у 90 (44,1%) пациентов наблюдалось 2 логарифмических снижения вирусной нагрузки: у 195 пациентов (95,6%) достигнут ранний вирусологический ответ.

При анализе позднейшего вирусологического ответа (в течение 12 недель от начала лечения) полная эрадикация РНК ВГС наблюдалась у 200 пациентов (98%), при 2 лог и большем снижении вирусной нагрузки у 4 пациентов; Уменьшение стадии фиброза была отмечено более чем у половины пациентов. Также, выявлена то что длительный стойкий вирусный ответ снижает риск развития поздних осложнений хронического гепатита С.

Выводы:

1. Большинство хронический вирусный гепатит, зарегистрированных в регионе, вызваны генотипами 1 вируса гепатита С.

2. Эффективность противовирусного препарата – софосбувир+ледипасвир, приводит к элиминации вирусов, вызывая стойкий вирусологический ответ у 98% больных. который оказывает непосредственное влияние на амбулаторное лечение

3. Важным является обоснование подходов к проведению АВТ при хронических вирусных гепатитах на основе не

инвазивного мониторинга динамики фиброзирования печени по показателям эластометрии. Также не инвазивные методы диагностики фиброза печени в амбулаторной практике могут применяться не только для диагностики, но и для мониторинга пациентов.

Список литературы

1. *Ивашкин В.Т., Павлов Ч.С.* Как оценить и уменьшить риск фиброза, цирроза и гепатоцеллюлярной карциномы (ГЦК) у пациентов с хронической инфекцией вирусами гепатита В (HBV) и С (HCV). Российский журнал гастроэнтерологии, гематологии, колопроктологии, 2007. 17 (5): 16-23.
2. *Stauber R.E., Lackner C.* Noninvasive diagnosis of hepatic fibrosis in chronic hepatitis C World J Gastroenterol., 2007. 13 (32): 4287-94.
3. *Богомолов П.О.* Эффективность лечения больных хроническим гепатитом С с 1-м генотипом вируса стандартным интерфероном / П.О. Богомолов, А.О. Буеверов, Н.В. Дубинина // Клинические перспективы гастроэнтерологии и гепатологии, 2011. № 6. С. 17-22.
4. *Сапронов Г.В.* Новые перспективы персонифицированной терапии хронического вирусного гепатита С // Г.В. Сапронов, Л.И. Николаева // Эпидемиология и инфекционные болезни, 2013. № 3. С. 27-36.
5. *Сюткин В.Е.* Новые возможности повышения эффективности противовирусной терапии больных хроническим гепатитом С / В.Е. Сюткин // Инфекционные болезни, 2009. № 2. С. 55-58.
6. EASL Recommendations on Treatment of Hepatitis 2014. April, 2014 [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://files.easl.eu/easl-recommendations-on-treatment-of-hepatitis-C.pdf/> (дата обращения: 17.03.2020).
7. EASL Recommendations on Treatment of Hepatitis C 2015. European Association for Study of Liver // J. Gastroenterology, 2015. Vol. 63 (1). P. 199-236.

8. *Olimovich D.I., Khabibovna K.M., Alimovich F.E.* Innovative ways of reducing tourism seasonality of tourist areas // Достижения науки и образования, 2020. № 1 (55).
9. *Olimovich D.I., Khabibovna K.M., Samadovich R S.* Improving tourist season in Bukhara region // Вестник науки и образования, 2020. № 1-2 (79).
10. *Давронов И.О.* Экономическое влияние инноваций в индустрии туризма // Наука, техника и образование, 2019. № 11 (64).
11. *Шадиев А.Х., Давронов И.О.* Роль развития персонала в повышении эффективности услуг и его влиянии на экономику // Вопросы науки и образования, 2020. № 6. С. 90.
12. *Фарманов Э.А., Кадыров Д.Х., Ходжаева Ф.Н.* Роль культурного наследия Узбекистана в развитии туризма // Вестник науки и образования, 2020. № 2-3 (80).
13. *Davronov I.O.* Innovative ways of improving excursion service around the touristic destinations // Indonesian Journal of Innovation Studies, 2020. Т. 10. № 1.
14. *Olimovich D.I., Kudratovna F.S., Sayfitdinovich I.B.* THE IMPORTANCE OF MARKETING ANALYSIS FOR PREDICTING THE PROSPECTS OF RESTAURANTS IN BUKHARA HOTELS // Economics, 2020. № 1 (44).
15. *Фарманов Э.А., Кадыров Д.Х., Ходжаева Ф.Н.* ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ // Достижения науки и образования, 2020. С. 20.
16. *Azamatovich H.L.* Hakim At Termiziy scientific heritage in the Hadis theme // International Journal on Integrated Education, 2019. Т. 2. № 5. С. 10-13.
17. *Davronov I.O., Tadjibayev M.B., Narzullaeva G.S.* IMPROVING OF PERSONNEL TRAINING IN HOTEL BUSSINES // Academy. № 2 (53), 2020.
18. EASL: Clinical Practice Guidelines: Management of hepatitis C virus infection / European Association for the Study of the Liver / A. Craxi [et al.] // J. of Hepatology, 2011. Vol. 55. P. 245-264.

19. European Association for the Study of the Liver. EASL Clinical Practice Guidelines: management of hepatitis C virus infection // J. Hepatol., 2011. Vol. 55. P. 245-264.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ИЗДАТЕЛЬСТВО
«НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ»**

**АДРЕС РЕДАКЦИИ:
153008, Г. ИВАНОВО, УЛ. ЛЕЖНЕВСКАЯ, Д. 55, 4 ЭТАЖ
ТЕЛ.: +7 (910) 690-15-09.**

**[HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATION.RU](https://scientificpublication.ru)
[EMAIL: INFO@SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](mailto:info@scientificpublications.ru)**

**ИЗДАТЕЛЬ:
ООО «ОЛИМП»
УЧРЕДИТЕЛЬ: ВАЛЬЦЕВ СЕРГЕЙ ВИТАЛЬЕВИЧ
117321, Г. МОСКВА, УЛ. ПРОФСОЮЗНАЯ, Д. 140**



ИЗДАТЕЛЬСТВО «НАУЧНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ»
[HTTPS://SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](https://scientificpublications.ru)
EMAIL: [INFO@SCIENTIFICPUBLICATIONS.RU](mailto:info@scientificpublications.ru)

 **РОСКОНАДЗОР**
СВИДЕТЕЛЬСТВО ЭЛ № ФС 77–65699



INTERNATIONAL STANDARD
SERIAL NUMBER 2542-081X

Российская
книжная палата
ТАСС



 **РОССИЙСКИЙ
ИМПАКТ-ФАКТОР**
IMPACT-FACTOR.RU



Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с **ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ** указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

ЦЕНА СВОБОДНАЯ