

Кыргыз Республикасынын Билим берүү жана илим министрлиги
Министерство образования и науки Кыргызской Республики
Ministry of Education and Science of the Kyrgyz Republic

ISSN 1694-8289
2019-жылдан баштап чыгууда

**ЭЛ АРАЛЫК МЕДИЦИНАЛЫК
УНИВЕРСИТЕТИНИН
ЖАРЧЫСЫ**

**ВЕСТНИК
МЕЖДУНАРОДНОГО МЕДИЦИНСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА
THE BULLETIN
OF THE INTERNATIONAL VEDICFL UNIVERSITY
№ 3**

БИШКЕК - 2022

**Журнал зарегистрирован в Министерстве юстиции
Кыргызской Республики, за номером № 0000833
с 2019 года выпускается 1 раз в год**

Главный редактор – **Узакбаев Камчыбек Аскарбекович** докт.мед.наук, профессор,
академик МАМ РФ, (КР, Бишкек), e-mail: uzakbaev@list.ru

Ответственный секретарь – **Измайлова В.О.**, e-mail: altin_1991@mail.ru

Редакционная коллегия:

1. **Майканаев Б.Б.** - д.м.н., и.о. профессора, (КР, Бишкек), e-mail: maykanaev64@mail.ru
2. **Син Е.Е.** – д. пед. наук, профессор, (КР, Бишкек), e-mail: sin_4425@mail.ru
3. **Конкобаев К.К.** – к. филол. н., и.о. профессора, (КР, Бишкек), e-mail: kkadyraly@gmail.com
4. **Аманова Р.А.** – д. искусствоведения, профессор НАН КР (КР, Бишкек),
e-mail: r.amanova@mail.ru
5. **Айтиалиев М.С.** – д.м.н., профессор (КР, Бишкек), e-mail: muchtaraitaliev@gmail.com
6. **Каипов С.** – д.ист.н., профессор (КР, Бишкек)
7. **Сулайманов Ш.А.** – д.м.н., профессор (КР, Бишкек),
e-mail: sh.sulaimanov.omokb@gmail.com
8. **Сагынбаев М.А.** – д.м.н., профессор, акад. НАН КР, (КР, Бишкек),
e-mail: sagynbaev.marat@bk.ru
9. **Осмонов Д.** – почетный профессор (КР, Бишкек)
10. **Муканбаев К.М.** – д.м.н., профессор (КР, Бишкек), e-mail: kasymbek@list.ru
11. **Иязалиев К.Т.** – к.м.н., (КР, Бишкек), e-mail: ikt@mail.ru
12. **Сакимбаев Э.Р.** – к.м.н., доцент, (КР, Бишкек), e-mail: D.sakimbaev.kz@gmail.com
13. **Рыспекова Ч. Д.** – к.м.н., доцент, (КР, Бишкек), e-mail: chin-dar@mail.ru
14. **Джумаев А. Т.** – к.м.н., доцент, e-mail: amanturjumayev@gmail.com,
15. **Абдуллаев Д.Н.** – к.фарм.н., доцент, (КР, Бишкек), e-mail: dzumadil50@gmail.com
16. **Тойматов С.Ш.** – к.м.н., доцент (КР, Бишкек), e-mail: stoimatov1401@mail.ru
17. **Ырысов К.Б.** – д.м.н., профессор, чл.-корр. НАН КР, (КР, Бишкек)
18. **Сооронбаев Т.М.** – д.м.н., профессор (КР, Бишкек)
19. **Давлетов Б.А.** – профессор Шеффилдского и ММУ (Улуу Британия);
20. **Батырханов Ш.К.** – д.м.н., профессор (Алматы)
21. **Испаева Ж.Б.** – д.м.н., профессор (Алматы)
22. **Малахов А.Б.** – д.м.н., профессор (Россия, Москва)
23. **Алиева К.М.** – д.х.н., д.филол.н., проф. (Россия, Москва), e-mail: alievakm@mail.ru
24. **Мустафа Унал** – PhD, профессор (Турция, Стамбул)
25. **Адамбаев З.К.** – д.м.н, доцент (Узбекистан, Ташкент), e-mail: zulfargms@mail.ru
26. **Ниязметов М.Р.** – к.м.н. доцент (Узбекистан, Ургенч),
e-mail: matrasul.niyazmetov@inbox.ru
27. **Жороева А.М.** – к.э.н., доцент (КР, Жалал-Абад), e-mail: ainuramatova1@mail.ru
28. **Кочак А.** - к.м.н., PhD (Турция)

Учредитель: ОсОО Международный Медицинский Университет

Адрес редакции журнала:
г. Бишкек, ул. Анкара, 1/17 ММУ,
Телефон:
+996 (700) 172016; +996(990)000 201
E-mail: info@imu.kg

Ответственность за содержание и
достоверность материалов несут авторы.
Редакция не несет ответственности за
содержание рекламных материалов

Журнал Кыргыз Республикасынын Юстиция министрлигинен
каттоодон өткөн. Каттоо күбөлүгүнүн № 0000833.
2019 – жылдан бери 1 жылда 1 чыгарылып келет.

Башкы редактору – **Узакбаев Камчыбек Аскарбекович** медицина илимдеринин доктору, профессор, РФ МАМ академиги. (КР, Бишкек) e-mail: uzakbaev@list.ru
Жооптуу катчы – **Измайлова В.О.**, e-mail: altin_1991@mail.ru

Редакциялык коллегияда:

1. **Майканаев Б.Б.** - м.и.д., профессор м.а. (КР, Бишкек), e-mail: maykanaev64@mail.ru
2. **Син Е.Е.** – пед.и.д., профессор (КР, Бишкек), e-mail: sin_4425@mail.ru
3. **Конкобаев К.К.** – филол.и.к., профессор м.а. (КР, Бишкек), e-mail: kkadyraly@gmail.com
4. **Аманова Р.А.** – культуролог.д., КР УИА профессору (КР, Бишкек), r.amanova@mail.ru
5. **Айталиев М.С.** – м.и.д., профессор (КР, Бишкек), e-mail: muchtaraitaliev@gmail.com
6. **Каипов С.** – д.ист.н., профессор (КР, Бишкек)
7. **Сулайманов Ш.А.** – д.м.н., профессор (КР, Бишкек),
e-mail: sh.sulaimanov.omokb@gmail.com
8. **Муканбаев К.М.** – м.и.д., профессор (КР, Бишкек), e-mail: kasymbek@list.ru
9. **Иязалиев К.Т.** – м.и.к., (КР, Бишкек), e-mail: ikt@mail.ru
10. **Сагынбаев М.А.** – м.и.д., профессор, КР УИК академиги, (КР, Бишкек),
e-mail: sagynbaev.marat@bk.ru
11. **Осмонов Д.** – почетный профессор (КР, Бишкек)
12. **Сакимбаев Э.Р.** – м.и.к., доцент (КР, Бишкек), e-mail: d.cakimbaev.kz@gmail.com
13. **Рыспекова Ч. Д.** – м.и.к., доцент (КР, Бишкек), chin-dar@mail.ru
14. **Джумаев А. Т.** – м.и.к., доцент (КР, Бишкек), e-mail: amanturjumayev@gmail.com,
15. **Абдуллаев Д.Н.** – фарм.и.к., доцент (КР, Бишкек), e-mail: dzumadil50@gmail.com
16. **Тойматов С.Ш.** – к.м.н., доцент (КР, Бишкек), e-mail: stoimatov1401@mail.ru
17. **Брысов К.Б.** – м.и.д., профессор, КР УИА мучо-корр., (КР, Бишкек).
18. **Сооронбаев Т.М.** – м.и.д., профессор, (КР, Бишкек),
19. **Давлетов Б.А.** – Шеффилд (Улуу Британия) жана ЭМУнун профессору;
20. **Батырханов Ш.К.** – м.и.д., профессор (Алматы)
21. **Испаева Ж.Б.** – м.и.д., профессор (Алматы)
22. **Малахов А.Б.** – м.и.д., профессор (Россия, Москва)
23. **Алиева К.М.** – х.и.д., филос.и.д., профессор (Москва, Россия) e-mail: alievakm@mail.ru
24. **Мустафа Унал** – PhD, профессор (Турция, Стамбул)
25. **Адамбаев З.К.** – м.и.д., доцент (Узбекистан, Ташкент), e-mail: zulfargms@mail.ru
26. **Ниёзметов М.Р.** – м.и.к., доцент (Узбекистан, Ташкент),
e-mail: matrasul.niyazmetov@inbox.ru
27. **Жороева А.М.** – э.и.к., доцент (КР, Жалал-Абад), e-mail: ainuramamatoval@mail.ru
28. **Кочак А.** – к.м.н., PhD (Турция)

Негиздоочу: Эл аралык Медициналык Университети жоопкерчилиги чектелген коому

Журналдын редакциясынын дареги:
Бишкек ш., Анкара коч., 1/17 ЭМУ,
Телефон:
+996 (700) 172016; +996(990)000 201
E-mail: info@imu.kg; altin_1991@mail.ru

Берилген материалдардын сапаттуулук денгээлине, илимий мазмунуна, жанылыгына автор, рецензиялаган окумуштуу жооптуу. Редакция жарнамалык материалдардын мазмунуна жооп бербейт.

УДК: 616.313.1

Ашымов Ж. Д., Карыбекова А. Т.
Международный Медицинский Университет
Баллиста и ретинированный зуб

Ашымов, А. Карсыбекова
Эл Аралык Медициналык Университети
Баллиста жана таасирдүү тиш

J.D. Ashymov, A.T. Karybekova
International Medical University
Ballista and impacted tooth

Аннотация: В статье содержится метод комплексного хирургического и ортодонтического лечения ретинированного клыка, основанный на повышении функции жевательного аппарата и устранении проблем с зубочелюстной системой. Использование комплексного лечения позволит полностью исправить дефект, а баллиста ускорит процесс постановки ретинированного зуба.

Ключевые слова: комплексное лечение, баллиста, ретинированный зуб.

Аннотация: Макалада чайноочу аппараттын иштешин жогорулатууга жана тиш-жаак тутумундагы кейгөйлөрдү чечүүгө негизделген татаал хирургиялык жана ортодонтиялык дарылоо ыкмасы камтылган. Комплекстүү дарылоону колдонуу кемчиликти толугу менен ондоого мүмкүндүк берет, ал эми баллиста таасир эткен тишти чечүү процессин тездетет.

Ачкыч сөздөр: комплекстүү дарылоо, баллиста, таасир эткен тиш.

Abstract: The article contains a method of complex surgical and orthodontic treatment of impacted canine, based on increasing the function of the masticatory apparatus and eliminating problems with the tooth system. Utilize of complex treatment will completely correct the defect, and the ballista will speed up the process of deciding the impacted tooth.

Key words: complex treatment, ballista, impacted tooth.

Введение. В настоящее время стных аномалий у детей в орто-
из-за распространения зубочелю- донтии широко применяется не-

съёмная аппаратура (брекет-системы). Этот метод представляет решение многим ортодонтическим проблемам. Среди зубочелюстных аномалий встречается ретенция зубов. Ретенция зуба – патологическое заболевание, сопровождающееся задержкой или отсутствием прорезывания зубов.

Причиной нарушения прорезывания зубов могут быть разные, например наиболее частой причиной ретинированных клыков является ранняя потеря молочных зубов и неправильное расположение коронки зуба. Также причиной может являться неправильное расположение зачатка зуба и сверхкомплектные зубы (когда у человека имеется большое количество зубов, чем положено). Также возможна скученность зубов, в связи с чем зубу просто не хватает места для того, чтобы прорезаться.

Основная задача ортодонтического лечения связано с постановлением правильного прикуса и устранении проблем с зубочелюстной системой.

Есть три вида лечения ретинированных зубов:

- наблюдение
- хирургическое
- комплексное (хирургическо-ортопедическое)

Хирургическое лечение представляет собой удаление ретинированного зуба. Наблюдение заключается в осмотре пациента каждые полгода если он отказался от хирургического и комплексного лечения.

Комплексное лечение заключается в комбинированном методе, при котором присутствует хирургическое и ортодонтическое вмешательства. Никто не исключает тот момент что любое стоматологическое вмешательство приводит страх для пациента. И большинство пациентов предпочитают комплексное лечение. Этому причина эстетичность и правильное функционирование ВНЧС.

В нашем случае предлагается комплексное лечение с применением баллисты, что ускоряет время

лечения и уменьшит размножение бактерий в ротовой полости.

Баллиста – инструмент для вытягивания ретинированного зуба. Этот метод дает возможность избежать прямых соприкосновении со слизистой оболочкой полости рта. Так как баллиста держится на брекет-системе, что в большей степени позволит защитить от микроорганизмов рану. Невозможно не исключить реакции организма на данный вид лечения, но и, есть огромные плюсы (восстановление жевательного и речевого аппарата, постановление ряда зубов, придание эстетики, устранения дальнейших осложнений со здоровьем).

Цель: изучить методы лечения ретенции клыков, изучить особенности планирования и ведение пациентов с ретенцией клыков доказать работоспособность баллисты.

Материалы и методы исследования: чтобы избежать в дальнейшем осложнений нужно в полной мере подготовиться к операционной работе. Нужно подго-

товить пациент и объяснить ему все нюансы. Нужно правильно выбрать метод лечения и заранее запланировать метод лечения

Методы вмешательства.

Обезболивание проводилось методом местной инфильтрационной анестезией. Далее выкраиваются и отслаивается квадратный слизистой-костный лоскут на небной поверхности от уровня альвеолярного отростка между боковым резцом и первым премоляром при этом убирается ширина в ширину коронки зуба. Особенностью метода является максимальное открытие коронки зуба для удобства крепления ортодонтического элемента. После нахождения коронки зуба полностью промываем открытую полость раствором антисептика. Чтобы не было осложнений мы прописываем пациенту назначение и приглашаем его через неделю. С приходом осматриваем полость рта и устанавливаем брекет-систему чтобы пациент мог привыкнуть к ним в дополнении добавляем пружину (в

нашем случае не хватает места для клыка) чтобы сделать место для ретинированного зуба. Через месяц устанавливаем баллисту с помощью жидкого композита. Ножки баллисты устанавливаем с дугой брекетов и закрепляем лигатурами и жидким композитом, а на головку крепим проволоку, с помощью которой будет вытягиваться зуб. При этом проволока крепится на ортодонтический элемент. Заживление наблюдалось уже через 7 суток после установления ортодонтического элемента на зуб. Видимое перемещение клыка наблюдалось уже с 10-го дня после установки.

В качестве примера приводим фотографии пациента К., 17 лет, у которого диагностирована ретенция клыка (13) на верхней челюсти. В зубной дуге имеется 13 постоянных зубов. Брекеты система установлена через неделю после открытия ретинированного зуба, так как недостаточно места для клыка установили пружину вместе в брекет системой. Перед операцией было тщательно проведено клиническое и рентгенологическое обследование (ортопантомография) с целью определения точной локализации ретинированного зуба в кости.

Ортопантомограмма



Рисунок 1. Пациент К., 17 лет, до лечения.

Хирургическая часть



Рисунок 2. Пациент К., 17 лет. Открытие ретенированного (13) клыка.

Ортодонтическая часть



Рисунок 3. Пациент К., 17 лет.
Установка ортодонтического элемента (кнопки) на зуб.



Рисунок 4. Пациент К., 17 лет. Установка баллисты и фиксация на ретенированном (13) клыке.



*Рисунок 5. Пациент К., 17 лет.
Коронка ретинированного зуба вытянулось из кости*



Рисунок 6. Пациент К., 17 лет. Коронка ретинированного зуба полностью выходит на небную поверхность. На этом этапе баллиста заканчивает свою работу.



*Рисунок 7. Пациент К., 17 лет. Установка брекета на ретинированный зуб и установка эластофорсов на брекет.
На этом этапе идёт вытягивание ретинированного зуба на зубную дугу.*

Вывод: Эффективность этого баллисты на брекет систему, при методе подстановки ретинированного зуба достигается путём вытягивает ретинированный зуб на комплексного лечения и установкой место.

Литература

1. Демина М.А. Положительные и отрицательные аспекты работы с ортодонтическими конструкциями, критерии выбора. ФГБОУ ВО Саратовский ГМУ им. В.И. Разумовского Минздрава России, кафедра стоматологии детского возраста и ортодонтии.
2. Пономарева К.Г., Дубова М.А. Ретенция зубов – актуальная тема современной ортодонтии.
3. Бараталиев Д.Т. Ретинированные зубы (ретинированный клык): причины, диагностика и виды лечения, современный подход. г. Бишкек, Кыргызстан.
4. Шершнева А.И. Ортодонтическое лечение ретинированных клыков.
5. Назарян Р.С., Ярославская Ю.Ю., Огурцов А.С. Ортодонтическое комплексного хирургического и ортодонтического лечения вестибулярной расположенных ретинированных клыков.

УДК: 616-002.5-084:616.988

Чубаков Т.Ч., Токтогонова А.А., Майканаев Б.Б.

*Национальный Центр Фтизиатрии
Международный Медицинский Университет*

**ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА БОРЬБУ С ТУБЕРКУЛЕЗОМ
(обзор литературы)**

Чубаков Т.Ч., Токтогонова А.А., Майканаев Б.Б.

*Улуттук Фтизиатрия Борбору
Эл аралык Медициналык Университети*

**КОВИД-19 ПАНДЕМИЯСЫНЫН КУРГАК УЧУККА КАРШЫ
КҮРОШУУДАГУ ТААСИРИ (адабиятка сереп)**

Ch. T. Chubakovich, A.A. Toktogonova, B.B. Maikanaev

*National Center of Phthiisiatry
International Medical University*

**IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON TUBERCULOSIS
CONTROL (review)**

Аннотация. 11 марта 2020 года ВОЗ объявила, что корона вирусная инфекция 2019 года (COVID-19) можно охарактеризовать как пандемию, исходя из тревожных уровней распространения и серьезности, а также из тревожных уровней бездействия. COVID-19 получил всемирное внимание как чрезвычайная ситуация, ставящая под угрозу международное здравоохранение и экономическое развитие. Растет количество литературы, посвященной тяжелому острому респираторному синдрому, связанному с коронавирусом 2 (SARS-CoV-2), а также COVID-19. Этот обзор будет сосредоточен на последних достижениях эпидемиологии, патогенеза и клинических характеристиках COVID-19. Между тем туберкулез (ТБ) остается ведущим репрезентативным инфекционным заболеванием дыхательных путей, угрожающим общественному здоровью.
Ключевые слова: новая корона вирусная инфекция, SARS-COV-2, COVID-19, пандемия, туберкулез

Аннотация: 2020- жылдын 11-мартында Бүткүл дүйнөлүк саламаттык сактоо уюму коронавирустук инфекциясын таралуу коркунучунан жана олуттуулугунан улам, ошондой

эле көрүлгөн чаралардан майнап чыкпагандыгына байланыштуу пандемия катары жарыялаган; анткени ал экономикалык өнүгүүгө жана эл аралык саламаттык сактоо тармагына кооптуу болуп турган эле. Оор респиратордук синдром менен коштолгон (SARS-CoV-2) жана COVID-19 коронавирус инфекциясын изилдеген адабияттардын саны арбын. Бул изилдөө эпидемиологиянын, патогенездин жана клиникалык мүнөздөмөлөрдүн эң акыркы жетишкендиктерин талдайт. Ошол эле учурда туберкулез (ТБ) жалпы коомдун саламаттыгына коркунуч келтире турган дем алуу жолдорунун негизги инфекциялык (жугуштуу) оорусу катары кала берүүдө.

Ачкыч сөздөр: жаңы коронавирустук инфекциясы, MERS-COV-2, COVID-19, пандемия, туберкулез

Abstract: On March 11, 2020, WHO announced that the 2019 coronavirus infection (COVID-19) can be characterized as a pandemic in terms of alarming levels of prevalence and severity, as well as alarming levels of inaction. COVID-19 has received worldwide attention as an emergency threatening international health and economic development. There is a growing literature on severe acute respiratory syndrome associated with coronavirus 2 (SARS-CoV-2) as well as COVID-19. This review will focus on recent advances in the epidemiology, pathogenesis, and clinical characteristics of COVID-19. Meanwhile, tuberculosis (TB) remains the leading representative respiratory infection and public health threat.

Keywords: novel coronavirus infection, SARS-COV-2, COVID-19, pandemic, tuberculosis.

Туберкулез является самым смертоносным инфекционным заболеванием во всем мире (кроме ВИЧ / СПИДа), ежегодно вызывая около 10 миллионов новых случаев и 1,5 миллиона случаев смерти [1]. Туберкулез и COVID-19 - инфекционные заболевания, передающиеся воздушно-капельным путем, которые поражают в первую

очередь легкие. Оба заболевания имеют похожие симптомы, такие как кашель, лихорадка и одышка. Однако тестирование на COVID-19 или туберкулез должно проводиться в соответствии с клиническими характеристиками, историей и местным бременем ТБ, чтобы гарантировать, что диагностические потребности пациентов с

ТБ не игнорируются при тестировании на COVID-19 [2]. В странах с низким и средним уровнем дохода, где бремя туберкулеза является самым высоким, дифференциальный диагноз COVID-19 и ТБ является ключом к обнаружению конфекции и предотвращению плохого развития и смерти [3, 4]. Противодействие пандемии COVID-19, в частности меры по сдерживанию, перераспределение медицинского персонала и оборудования, влияют на программы профилактики и лечения туберкулеза [5, 6, 7, 8]. После первых трех месяцев пандемии опрос был разослан в 165 стран, из которых 42% сообщили о частичных сбоях в выявлении и лечении случаев ТБ [9]. Исследование, проведенное в 33 центрах в 16 странах на пяти континентах, показало, что во время пандемии 82% центров показали сокращение числа выписанных из больниц с туберкулезом, 84% центров сообщили о снижении числа впервые диагностированных случаев активного туберкулеза,

95% показали снижение амбулаторных посещений пациентов [10]. Оценки воздействия пандемии COVID-19 на ответные меры по туберкулезу предполагают, что трехмесячный карантин и 10-месячный период выздоровление могут привести к 6,3 миллионам дополнительных случаев туберкулеза в период с 2020 по 2025 год и 1,4 миллиона дополнительных смертей от туберкулеза в течение этого времени. Эти цифры означают регресс, по крайней мере, на 5-8 лет в борьбе с туберкулезом [2].

За последние несколько месяцев появилось впечатляющее количество молекулярных анализов (n=378) и иммуноанализов (n = 444) для диагностики COVID-19 [11]. Большинство из них воспользовались преимуществами существующих технологий для разработки диагностики COVID-19. Среди них - тест Xpert® Xpress SARS-CoV-2 для использования в устройствах GeneXpert® [2]. Из-за чрезвычайной ситуации в области

здравоохранения страны с ограниченными ресурсами испытали совместное использование GeneXpert для лечения COVID-19 и TB [12]. Отвлечение внимания на ресурсы, не связанные с туберкулезом, могут иметь разрушительный эффект на диагностику и лечение болезни, особенно в странах с низким и средним уровнем дохода [1]. Согласно прогнозам, сокращение числа случаев выявления туберкулеза в мире на 25% в течение трех месяцев приведет к увеличению смертности от туберкулеза на 13%, возвращая нас к данным о смертности от туберкулеза за 2015 год.

Все ресурсы были направлены на борьбу с COVID-19, что привело к параличу большинства программ скрининга на туберкулез в общественных столовых, приютах и центрах по прекращению употребления наркотиков. Этот факт, связанный с трудностью доступа пациентов к первичной медико-санитарной помощи, сократил количество случаев туберку-

леза, диагностированных с начала пандемии. Экономические и социальные проблемы, возникающие в результате пандемии, предполагают увеличение задержки с постановкой диагноза и серьезности диагностируемых случаев. Однако локализация и использование средств индивидуальной защиты могло оказать положительное влияние на борьбу с туберкулезом, помогая снизить риск передачи болезни среди населения.

Таким образом, сокращение массовых собраний в таких местах, как автобусы, поезда, кинотеатры или спортивные мероприятия, а также интенсивное использование масок, возможно, способствовали снижению риска передачи туберкулеза во время пандемии и после заключения. Было бы интересно включить эти переменные в прогностический анализ, чтобы узнать, какой долгосрочный эффект эти меры могут оказать на борьбу с туберкулезом.

COVID-19 может оказать серьезное влияние на выявление случаев заболевания и успех лечения [7]. Однако туберкулез может способствовать борьбе с COVID-19 с учетом извлеченных уроков и возможного направления будущих стратегий профилактического лечения COVID-19.

Таким образом, стратегии общественного здравоохранения, используемые в программах борьбы с туберкулезом, могут служить примерами для выявления и снижения потенциальных рисков заражения SARS-CoV-2 [12]. Принимая во внимание туберкулез как прецедент, для выявления контактных лиц SARS-CoV-2 были применены контактные исследования, разработанные службами профилактики и контроля туберкулеза [13]. *Bacille de Calmette et Guérin* (БЦЖ) является вакциной против туберкулеза в течение почти ста лет. Однако БЦЖ также продемонстрировала защитный эффект на иммунную систему, который снижает общую смер-

ность в течение первых нескольких лет жизни за счет улучшения реакции на другие респираторные инфекции, такие как респираторные вирусы [14]. Эти данные привели к клиническим испытаниям, чтобы оценить, сможет ли БЦЖ обеспечить неспецифическую защиту для смягчения вспышки до того, как будет разработана конкретная вакцина против COVID-19 [15]. Однако до тех пор, пока эти испытания не будут завершены, настоятельно рекомендуется продолжать регулярное использование вакцины исключительно против туберкулеза, чтобы не подвергать опасности необходимый запас БЦЖ для защиты детей от туберкулеза в районах с высокой заболеваемостью [16].

Пандемия превратила цели устойчивого развития в проблему для человечества в ближайшие годы. Следует оказывать глобальную поддержку, чтобы страны и сообщества, наиболее затронутые туберкулезом, могли отреагировать на пандемию, обеспечивая при этом

поддержанию противотуберкулезных услуг. Ответные меры на пандемию следует интегрировать в существующие рабочие процессы по борьбе с болезнями, чтобы создать синергетический эффект и укрепить системы здравоохранения на основе комплексного подхода. В

течение следующих нескольких лет мы должны продвигать двунаправленный скрининг, тесты на множественные патогены и работать с решениями для подключения к эпиднадзору за ТБ / COVID-19 [17].

Список использованной литературы:

1. World Health Organization. Global tuberculosis report; 2019. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/329368/978924...-eng.pdf> [accessed 8.10.20].
2. World Health Organization. Tuberculosis and COVID-19: Considerations for tuberculosis care; 2020. <https://www.who.int/docs/default-source/documents/tuberculosis/...-tb-covid-19.pdf> [accessed 8.10.20].
3. Motta I, Centis R, D'Ambrosio L, García-García JM, Goletti D, Gualano G, et al. Tuberculosis COVID-19 and migrants: Preliminary analysis of deaths occurring in 69 patients from two cohorts. *Pulmonology*. 2020; 26:233–40, <http://dx.doi.org/10.1016/j.pulmoe.2020.05.002>.
4. Tadolini M, Codecasa LR, García-García JM, Blanc FX, Borisov S, Alffenaar JW, et al. Active tuberculosis, sequelae and COVID-19 co-infection: First cohort of 49 cases. *Eur Respir J*. 2020; 56:2001398 <http://dx.doi.org/10.1183/13993003.01398-2020>.
5. Buonsenso D, Iodice F, Sorba B, Goletti D. COVID-19 effects on tuberculosis care in Sierra Leone. *Pulmonology*, 2020 <http://dx.doi.org/10.1016/j.pulmoe.2020.05.013>.
6. Magro P, Formenti B, Marchese V, Gulletta M, Tomasoni LR, Caligaris S, et al. Impact of the SARS Coronavirus 2 epidemic on tuberculosis treatment outcome, Northern Italy. *Eur Respir J*. 2020; 56: 2002665, <http://dx.doi.org/10.1183/13993003.02665-2020>.
7. Finn McQuaid C, McCreesh N, Read JM, Sumner T, Houben RMGJ, White RG, et al. The potential impact of COVID-19-related disruption on tuberculosis burden. *Eur Respir J*. 2020; 56: 2001718, <http://dx.doi.org/10.1183/13993003.01718-2020>

8. Cronin AM, Railey S, Fortune D, Wegener DH, Davis JB. Notes from the field: effects of the COVID-19 response on tuberculosis prevention and control efforts. United States March–April 2020. *MMWR Morb Mortal Wkly Rep.* 2020; 69:971–2, <http://dx.doi.org/10.15585/mmwr.mm6929a4>.
9. World Health Organization. Pulse survey on continuity of essential health services during the COVID-19 pandemic: interim report, 27 August 2020; 2020.
10. https://www.who.int/publications/i/item/WHO-2019-nCoV-EHS_continuity_survey-2020.1 [accessed 8.10.20].
11. Migliori GB, Thong PM, Akkerman O, Alffenaar JW, Álvarez-Navascués F, Assao-Neino MM, et al. Worldwide effects of coronavirus disease pandemic on tuberculosis services January–April 2020. *Emerg Infect Dis.* 2020; 26: 2709–12.
12. FIND. SARS-CoV-2 diagnostic pipeline; 2020. <https://www.finddx.org/covid-19/pipeline/?section=show-all#diag-tab> [accessed 8.10.20].
13. Togun T, Kampmann B, Stoker NG, Lipman M. Anticipating the impact of the COVID-19 pandemic on TB patients and TB control programmes. *Ann Clin Microbiol Antimicrob.* 2020; 19:1–6, <http://dx.doi.org/10.1186/s12941-020-00363-1>.
14. Bellmunt JM, Caylà JA, Millet JP. Contact tracing in patients infected with SARS-CoV-2. The fundamental role of Primary Health Care and Public Health. *Semergen.* 2020; 46:55–64, <http://dx.doi.org/10.1016/j.semerg.2020.06.001>.
15. Kandasamy R, Voysey M, McQuaid F, De Nie K, Ryan R, Orr O, et al. Non-specific immunological effects of selected routine childhood immunizations: systematic review. *BMJ.* 2016; 355: i5225, <http://dx.doi.org/10.1136/bmj.i5225>.
16. Curtis N, Sparrow A, Ghebreyesus TA, Netea MG. Considering BCG vaccination to reduce the impact of COVID-19. *Lancet.* 2020; 395:1545–6, [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(20\)31025-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(20)31025-4).
17. World Health Organization. Bacille Calmette - Guérin (BCG) vaccination and COVID-19; 2020. [https://www.who.int/publications/i/item/bacille-calmette-gu%C3%A9rin-\(bcg\)-vaccination-and-covid-19](https://www.who.int/publications/i/item/bacille-calmette-gu%C3%A9rin-(bcg)-vaccination-and-covid-19) [accessed 8.10.20].
18. Comella-del-Barrio P, et al. Impact of COVID-19 on Tuberculosis Control. *Arch Bronconeumol.* 2020. <https://doi.org/10.1016/j.arbres.2020.11.016>.

УДК: 614.38.2

Абдуллаев Д., Осам Махбууб
Международный Медицинский Университет
Фармакологические методы лечения COVID-19

Абдуллаев Д., Осам Махбууб
Эл аралык Медициналык Университети
Фармакологиялык жолдор менен COVID-19 дарылоо

D. Abdullaev, Mahboob Osama
International Medical University

Pharmacologic treatments for COVID-19

Аннотация: Вирусная инфекция из-за новой корона вирусной или корона вирусной болезни 2019 (COVID-19), о которой сообщалось впервые в декабре 2019 года, была названа Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ) тяжелой острой респираторной Syndrome-Coronavirus-2 (SARS-CoV2), из-за очень похожего генома, а также связанных с ним симптомов с SARS-CoV1. Пандемия COVID-19 в Киргизии является частью всемирной пандемии корона вирусной болезни 2019 (COVID-19), вызванной тяжелым острым респираторным синдромом коронавирусом 2 (ОРВИ-CoV-2). Подтверждено, что вирус достиг Кыргызстана в марте 2020 года. 18 марта 2020 года первые три случая в стране были подтверждены после того, как гражданин, вернувшийся из Саудовской Аравии по данным министерства здравоохранения страны, до первого сообщенного случая Кыргызстан закрыл свои границы для иностранцев (2).

Ключевые слова: Ковид-19, SARS-CoV-2, Гиперкоагуляционный, Антикоагулянты. Нестероидные противовоспалительные препараты (НПВП), Кортикостероиды, Венозная тромбоземболия.

Аннотация: Дүйнөлүк саламаттыкты сактоо уюму (ДСУ) Кытайдын Ухань шаарында келип

чыгышы белгисиз болгон пневмония учурлары аныкталгандыгы тууралуу маалыматты 2019-жылы 31-декабрда алган. Дүйнөлүк саламаттыкты сактоо уюму (ДСУ) 2020-жылы декабрда өлкөнүн бийлиги оорунун козгогучу жаңы коронавирус 2 (SARS-CoV2) экендигин аныктап, ал "2019-nCoV" деген убактылуу аталышка ээ болгон. Кыргызстандагы пандемия COVID-19 дүйнөлүк пандемиянын бир болугу болуп эсептелет. Кыргызстанга вирус 2020 жылы мартта келгени аныкталган. Биринчи жолу Сауд Аравиядан келген 3 адамдан 18 март 2020 жылы аныкталган, ошондо Кыргызстан чекараны жапкан.

Негизги сөздөр: Ковид-19, SARS-CoV-2, Гиперкоагулянтуу, Антикоагулянтар. Стероид эмес сезгенүүгө каршы дарылар, Кортикостероиддор, Венолык тромбоземболия.

Abstract. The viral infection due to the new coronavirus or coronavirus disease 2019 (COVID-19), which was reported for the first time in December 2019, was named by the World Health Organization (WHO) as Severe Acute Respiratory Syndrome-Coronavirus-2 (SARS-CoV2), because of the very similar genome and also its related symptoms to SARS-CoV1. The COVID-19 pandemic in Kyrgyzstan is part of the worldwide pandemic of coronavirus disease

2019 (COVID-19) caused by severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2). The virus was confirmed to have reached Kyrgyzstan in March 2020. On 18 March 2020, the first three cases in the country were confirmed, after a citizen returned from Saudi Arabia according to the nation's health ministry, prior to the first

reported case Kyrgyzstan closed its borders to foreigners.

Key Words: COVID-19, SARS-CoV-2, Hypercoagulability, Anticoagulants, Non-steroidal anti-inflammatory drugs (NSAIDs), Corticosteroids, Venous thromboembolism (VTE).

Introduction

The purpose of our study was to investigate of the main drugs and their mechanisms of action used in the treatment of Covid -19 in Kyrgyzstan, as well as study of the range of drugs necessary for the treatment of Covid -19 in the pharmacies of Bishkek city.

We started our research in the pharmacies of the Bishkek city, studying the assortment and interviewed pharmacists. Across all regions of Kyrgyzstan have reported an overall shortage of numerous types of drugs at the retail.

Photo-1.



List of priority medicines for the treatment COVID-19, recommended by WHO.

1. Anticoagulants
2. Non-steroidal anti-inflammatory drugs (NSAIDs)
3. Azithromycin
4. Hydroxychloroquinum
5. Lopinavir/ritonavir
6. Remdesivir
7. Tocilizumab
8. Corticosteroids

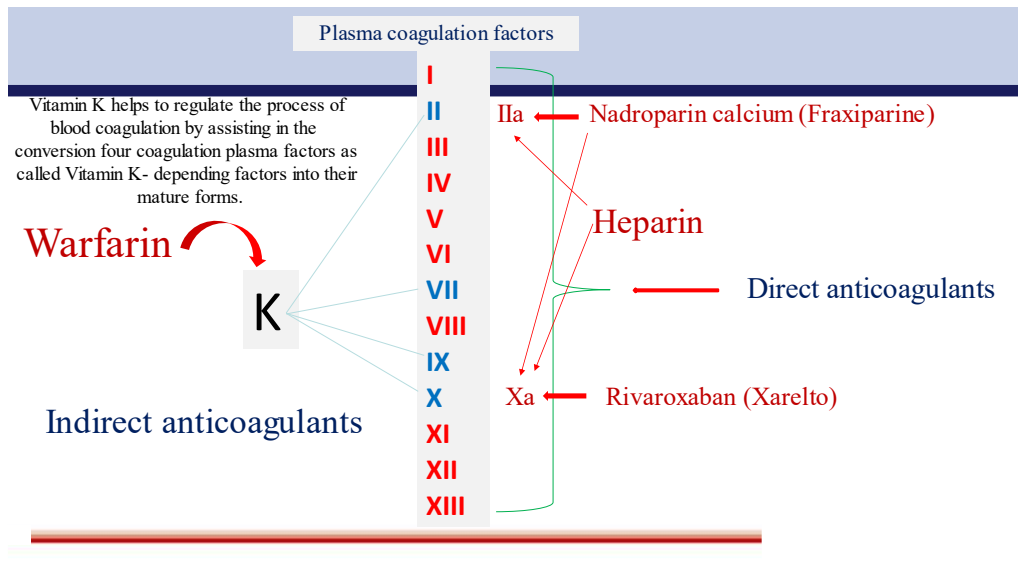
Based on observational data, there appears to be a higher risk for venous thromboembolism (VTE) in patients with COVID-19. Based on the American Society of Hematology, reports of lower extremity deep vein thrombosis (DVT) range from 1.1% in no ICU patients to 69% in critically ill patients. Based on these observations, several institutions have developed anticoagulation protocols for patients infected with SARS-CoV-2. Unfortunately, at this time, no randomized controlled trials guide the empiric use

of therapeutic anticoagulation in COVID-19 patients (4). We aim to provide a comprehensive analysis of hypercoagulability in individuals affected by COVID-19. Our goal is to describe the hypercoagulable state related to the infection and provide guidance regarding the possible benefits of anti-coagulation with the support of evidence from literature.

Results and discussion

The incidence of thrombotic disease in individuals affected by COVID-19 is reported as high as 31%. A significant mortality benefit has been observed with the use of therapeutic anticoagulation in high-risk individuals. Literature supports the use of scoring systems, such as the sepsis-induced coagulopathy score, to risk-stratify individuals who might benefit from anticoagulation. Mechanism of action indirect and direct anticoagulants, see fige-1.

Figure-1



COVID-19 induced hypercoagulability has been demonstrated to play a significant role in overall COVID-19 outcomes. Current literature shows promising evidence with the use of therapeutic anticoagulation in high-risk individuals. Further studies are needed to better analyze the risks and benefits of anticoagulation in this specific patient population (4).

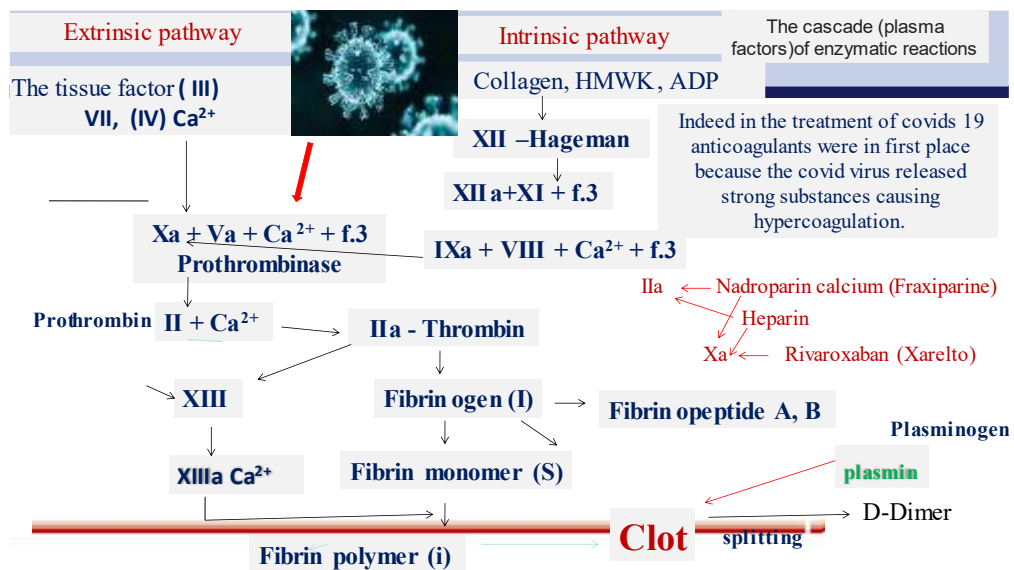
While the pathophysiology behind the hypercoagulable state in COVID-19 is still under investigation, several proposed mechanisms have been described. Disseminated intravascular coagulation (DIC), properties

of the virus itself, antiphospholipid syndrome, activation of the complement cascade, and endothelial dysfunction induced by the infection have been described in the possible pathophysiology. The New England Journal of Medicine recently published a case series in which three affected patients tested positive for anti-cardiolipin anti-IgA, anti-B2 glycoprotein IgA, and IgG, which hypothesizes antiphospholipid syndrome (APS) as a possible etiology. The authors highlighted that viral infections are associated with the development of reactive antiphospholipid antibodies, which could

predispose to hypercoagulability. A recent article by Campbell et al. noted that severe COVID-19 infection is consistent with excessive complement activation, with evidence of patients having elevated LDH, D-dimer, bilirubin, decreased platelets, mild anemia, renal and cardiac injury, and diffuse thrombotic microangiopathy, hypothesizing the benefit of therapy

with complement inhibitors as an addition to anticoagulation. Unfortunately, a limited understanding of the hypercoagulable mechanism has limited our treatment techniques. This leads to the question if therapeutic anticoagulation is the right choice in regard to optimal management of COVID-19 patients (4), see fige -2.

Figure -2



As our understanding of patients with COVID-19 grows, our approach to optimal medical management continues to rapidly evolve. The precise mechanism behind the pro-coagulability of COVID-19 is poorly

understood, and further research is needed. As such, anticoagulation in this vulnerable patient population should be considered carefully and addressed appropriately. Our recommendation supports the use of

anticoagulation in COVID-19 patients who meet criteria by way of risk stratification using the SIC scoring system and/or D-dimer levels.

The data and studies cited in this article demonstrate encouraging results with regard to mortality rates when anticoagulation is used according to proper risk stratification. Based on the immuno-thrombosis model, which highlights the bidirectional relationship between the immune system and thrombin generation, blocking thrombin

formation may dampen the inflammatory response, which is being hypothesized to damage the lung tissue in ARDS. Several publications describe this immuno-modulatory mechanism beneficial by way of binding to inflammatory cytokines, inhibiting neutrophil chemotaxis, leukocyte migration, neutralizing the positively charged peptide complement factor C5a, and sequestering acute phase proteins.

References

1. World Health Organization. Coronavirus disease 2019 (COVID-19), Situation Report-80. https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200409-sitrep-80-covid-19.pdf?sfvrsn=1b685d64_6. Published April 9, 2020. Accessed April 10, 2020.
2. "Official COVID-19 website in Kyrgyzstan". covid.kg. 10 January 2021. Retrieved 11 January 2021.
3. Zhou P, et al. A pneumonia outbreak associated with a new coronavirus of probable bat origin. *Nature*. 2020; 579: 270 – 273. [PMC free article] [PubMed] [Google Scholar]
4. The Role of Anticoagulation in COVID-19-Induced Hypercoagulability Juan Simon Rico-Mesa, corresponding author¹ Daniel Rosas,¹ Ashkan Ahmadian-Tehrani,¹ Averi White,¹ Allen S. Anderson,² and Robert Chilton² *Curr Cardiol Rep*. 2020; 22(7): 53. Published online 2020 Jun 17.

УДК: 615.012/014.1

Абдуллаев Д., Зия Улла

Международный Медицинский Университет

**Ситуационный и эпидемиологический анализ
Пандемии Covid - 19 в Пакистане**

Абдуллаев Д., Зия Улла

Эл аралык Медициналык Университети

**Пакистандагы Covid - 19 пандемиясынын кырдаалдык жана
эпидемиологиялык анализи**

D. Abdullaev, Zia Ullah

International Medical University

Situational and Epidemiological Analysis Pandemic Covid - 19 in Pakistan

Аннотация: Корона вирусная болезнь 2019 (COVID-19), также известная как коронавирус, или COVID, - заразное заболевание, вызванное тяжелым острым респираторным синдромом коронавируса 2 (SARS-CoV-2). Первый известный случай был выявлен в Ухане, Китай, в декабре 2019 года. С тех пор болезнь распространилась по всему миру, что привело к продолжающейся пандемии. 30 января 2020 года Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ) объявила вспышку коронавируса шестой чрезвычайной ситуацией в области общественного здравоохранения международного значения, а 11 марта 2020 года ВОЗ объявила коронавирус пандемией. Считается, что коронавирус увеличивается в Пакистане (1). Первый случай заболевания коронавирусом был зарегистрирован из Карачи 26 февраля 2020 года, при этом население Пакистана оценивалось в 204,65 миллиона человек. Последовательно вирус распространяется в различных регионах страны и в настоящее время становится эпидемией. ВОЗ предупредила Пакистан, что страна может столкнуться с большим вызовом против вспышки коронавируса в ближайшие дни (2).

Ключевые слова: Ковид-19, SARS-CoV-2, эпидемия, коронавирус, эпидемиология, население.

Аннотация: Коронавирууска февралдын башында Дүйнөлүк саламаттыкты сактоо уюму COVID-2019 деген аталыш берген. CO – бул коронавирус, VI – бул вирус, ал эми D илдет дегенди түшүндүрөт. Киши ооруну жуктуруп алгандан кийин бир нече күндөн соң байкала баштайт. Башкы белгилери — кургак жөтөл, дене табынын көтөрүлүшү, алсыроо, энтигүү. Мындан сырткары, бейтап чыйрыгып, башы, тамагы ооруйт. Коронавирус 2019 жылы декабрь айынын этегинде Кытайдын Хубэй провинциясындагы Ухань шаарында тарады. Дүйнөлүк саламаттыкты сактоо уюму бул абалды коомдук саламаттыкты сактоо жаатындагы өзгөчө кырдаал катары, ал эми 11-мартта пандемия катары жарыялаган(1).

Пакистанда биринчи жолу Карачи шаарында 26 февраль 2020 жылы аныкталган. Ошол мезгилде Пакистандын калкы 204,65 миллион адамды тузгон. Вирус Пакистандын башка тармактарына тез тарай баштаган. Бул жонундо Дүйнөлүк саламаттыкты сактоо уюму Пакистанга алдын ала корсотмо берген (2).

Негизги сөздөр: Ковид-19, SARS-CoV-2, эпидемия, коронавирус, эпидемиология, эл.

Abstract: Coronavirus disease 2019 (COVID-19), also known as the coronavirus, or COVID, is a contagious disease caused by severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2). The first known case was identified in Wuhan, China, in December 2019. The disease has since spread worldwide, leading to an ongoing pandemic. On January 30, 2020, the World Health Organization (WHO) declared coronavirus outbreak as the sixth public health emergency of international concern (PHEIC), and on March 11, 2020, the WHO announced coronavirus as pandemic. Coronavirus is thought to be increasing in Pakistan (1). The first case of coronavirus was reported from Karachi on February 26, 2020, with estimated populace of Pakistan as 204.65 million. Successively, the virus spreads into various regions nationwide and has currently become an epidemic. The WHO has warned Pakistan that the country could encounter great challenge against the outbreak of coronavirus in the coming days (2).

Key Words: COVID-19, SARS-CoV-2, epidemic, coronavirus, epidemiology, population health, Pakistan.

Introduction. The purpose of our study was to investigate the epidemiological situation of the control of COVID-19 in Pakistan and to identify the objectives of further research to identify the true causes of the wave-like appearance of flashes of this disease. We collected data from

official websites and research journals, then analyzed for the disease's prevalence, epidemiology, mortality and recoveries. The results indicated that a rapid increase had indeed occurred in the number of COVID-19 infections in Pakistan and continuing in wave-like appearance. See figure-1.

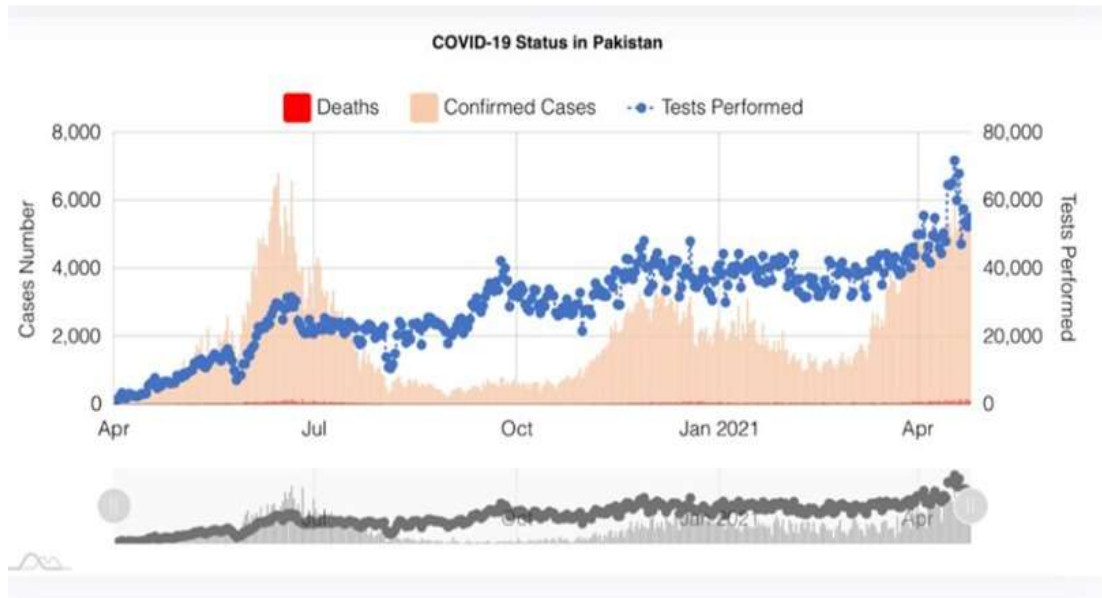


Figure-1. The peak of disease was from June to July of 2020 and the wave-like outbreak of the disease continues until today.

Results and discussion. According to Pakistan's last update at 9:24 am on April 25, 2021, 795627 confirmed coronavirus cases were reported in Pakistan, 88698 of which active cases for COVID-19 (11.1%). Of the 795627 cases, 689812 patients recovered (86.7%), and 17117 died (CFR: 2.15%). Coronavirus attack rate is estimated to be 2.3 per 100 000

Pakistani population. Nearly 36% of cases are registered from Punjab. Sindh recorded the second highest number of incidences (37%) followed by Khyber Pakhtunkhwa (KPK; 14.2%). Azad Jammu Kashmir (AJK) recorded the lowest number of incidences (2.0%) followed by Islamabad (9.1%). See figure -2

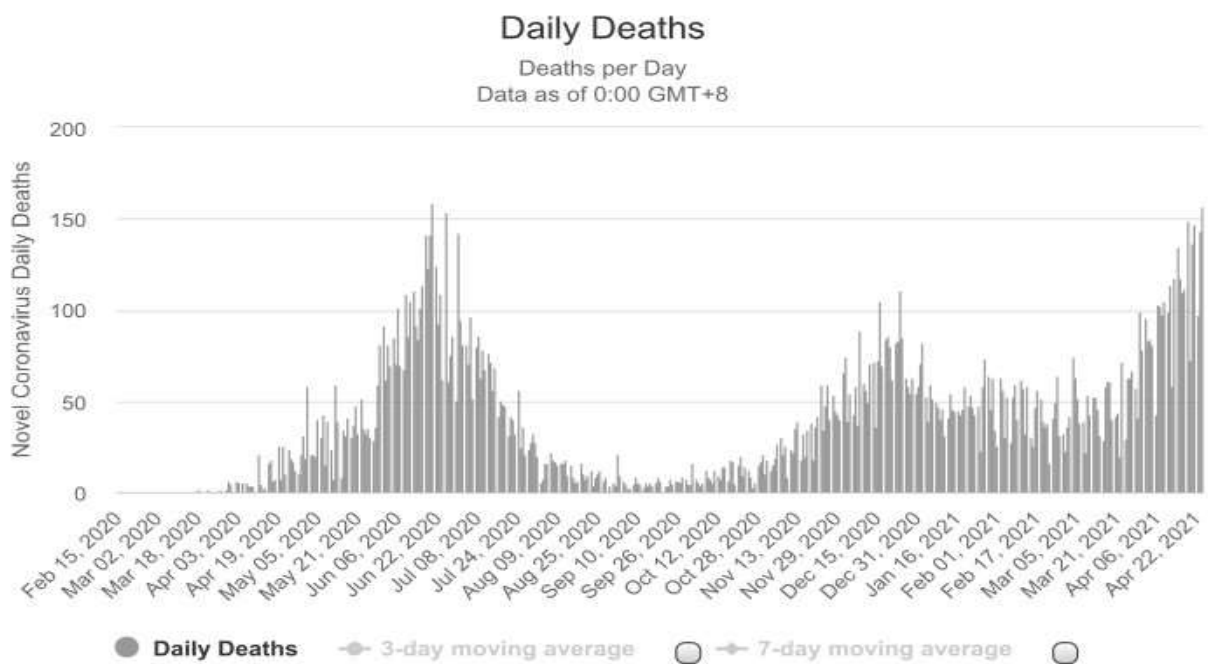
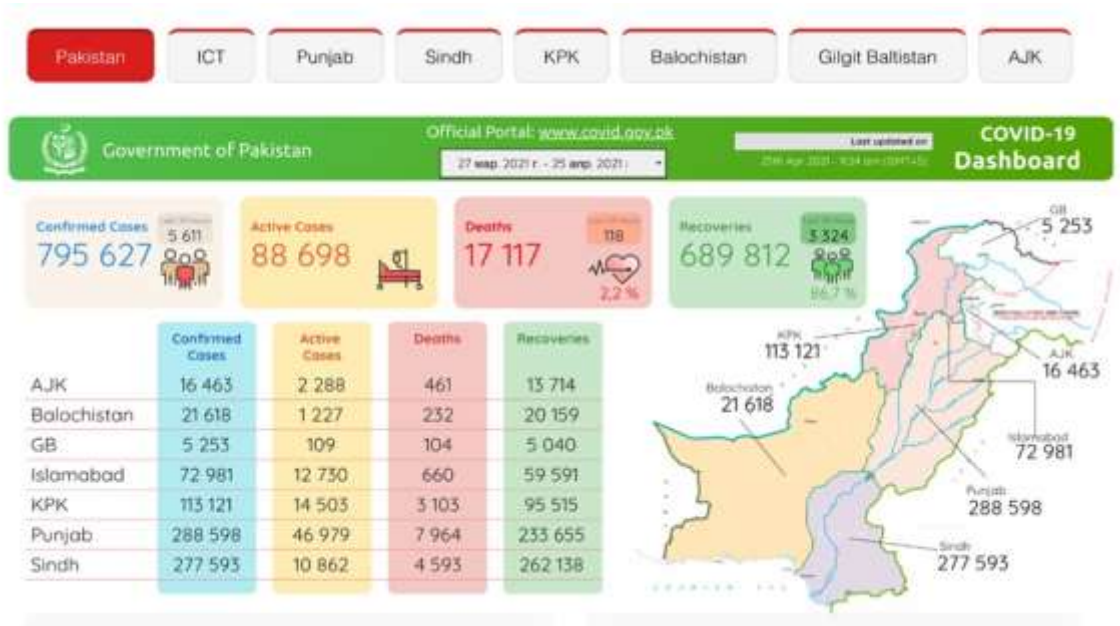


Figure-3. The peak of the deaths is currently repeating the peak of the deaths in July 2020 despite the fact that there is no shortage of drugs and doctors have learned the methods of treating Coronavirus.

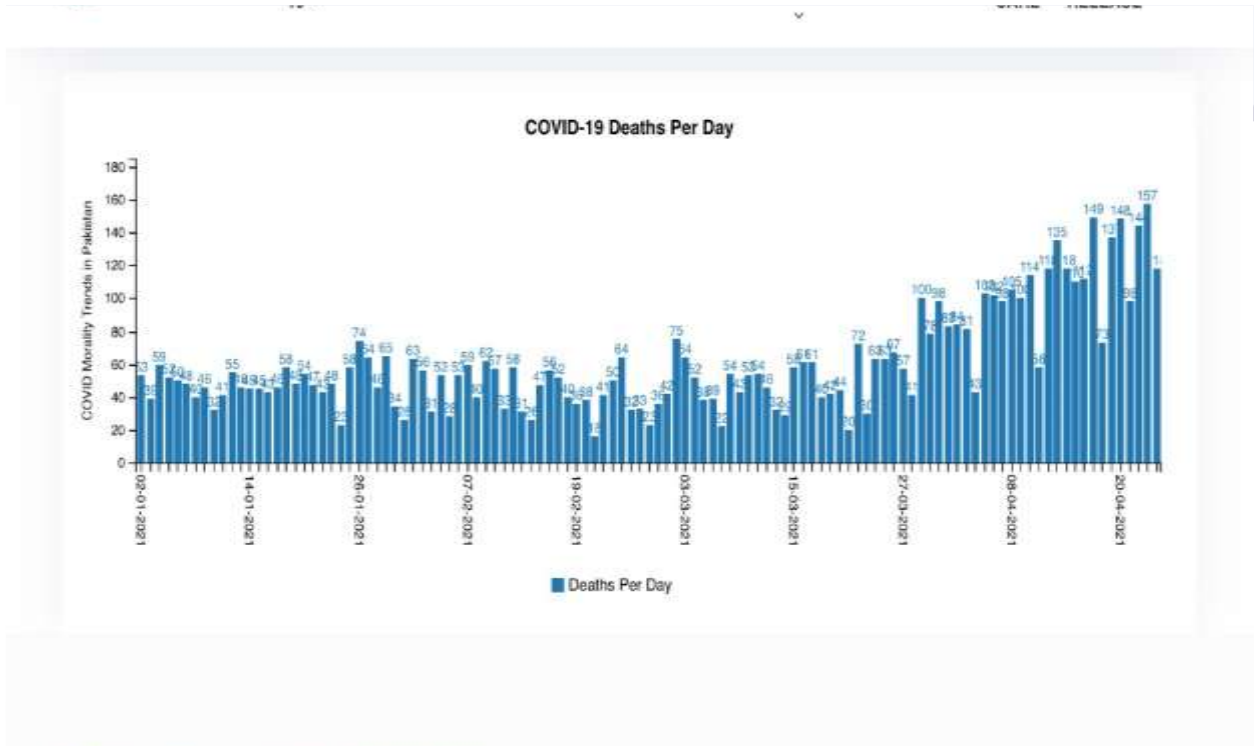


Figure-4. Death per day is growing continuously at the beginning of this year.

Recently, the incidence of COVID-19 has increased due to travel to other parts of the world. Pakistan has trade and travel with Iran and China. The increased influx of travelers through land, air, and sea put Pakistan at higher odds of further spread of coronavirus from neighboring countries. The possibility of further importation of the virus into Pakistan is very high, and because Pakistan has already imported the virus, the country needs to take stringent measures to detect potential

cases early in order to curb existing epidemic and tracking steps to prevent further spread. After the unexpected rise in coronavirus cases in Pakistan, the Government of Pakistan has halted trade and transport operations with Iran. Now owing to severe snowfall the land connection with China is blocked. Whereas mobilization is tightly controlled at the boundaries of Chaman and Tafton. Additionally, it monitors external travel to Iraq, the Kingdom of Saudi Arabia, and Iran. Weekly, 41 flights operate in Pakistan

from three cities (Karachi, Islamabad, and Lahore) and to two destinations in China (Urumqi and Beijing). The danger of virus importation into Pakistan is very high and needs good precautions and strict steps to identify possible cases early and surveillance steps to deter further virus transmission. Pakistan is still in the containment process

Conclusion: Our research has found many questions such as,

why outbreaks of COVID-19 happen undulating?

Why last year the peak disease was in early July this year already in April?

Which factors really affect the spread of this infectious disease?

And all these questions prompted us to further study and we will be continuing our study.

References

1. World Health Organization. Coronavirus disease 2019 (COVID-19), Situation Report-80. https://www.who.int/docs/default-source/coronavirus/situation-reports/20200409-sitrep-80-covid-9.pdf?sfvrsn=1b685d64_6. Published April 9, 2020. Accessed April 10, 2020.
2. Government of Pakistan; Ministry of Planning, Development & Special Initiatives; Pakistan Bureau of Statistics. Pakistan Statistical Year Book 2018 (Provisional). <http://www.pbs.gov.pk/sites/default/files//PAKISTAN%20STATISTICAL%20YEAR%20BOOK%202018.pdf>. Accessed March 16, 2020.
3. Government of Pakistan. Coronavirus in Pakistan. <http://covid.gov.pk/>. Accessed March 27, 2020.
4. 5. World Health Organization. Pakistan: COVID-19—Situation update as of 7 April 2020 (3:00 pm). Updates: Ministry of National Health Services Regulations and Coordination Dashboard; 2020.

УДК: 614.38.1

Абдуллаев Д., Ижаас Бурхан
Международный Медицинский Университет

Лабораторные исследования и требования к образцам для диагностики COVID-19

Абдуллаев Д., Ижаас Бурхан
Эл аралык медицина университети

COVID-19 диагноздоо үчүн үлгү талаптар жана лабораториялык изилдөөлөр

D. Abdullaev, Ijaz Burhan
International Medical University

Laboratory investigations and sample requirements for diagnosis COVID-19

Аннотация: SARS-CoV-2 ответ- ственен за очень заразную инфекцию, известную как COVID-19. SARS-CoV-2 был обнаружен в конце декабря 2019 года и с тех пор стал глобальной пандемией. Своевременное и точное лабораторное тестирование COVID-19 является важным шагом в лечении вспышки COVID-19.(1.3) Тяжелый острый респираторный синдром коронавирус 2 (SARS-CoV-2) и связанная с ним коронавирусная болезнь 2019 (COVID-19) пандемия потребовала быстрого расширения масштабов диагностических анализов *in vitro*, чтобы обеспечить возможность массового скрининга и тестирования групп высокого риска, а также одновременного определения надежных данных о воздействии SARS-CoV-2 в прошлом на индивидуальном и популяционном уровнях(2). Целью нашего исследования было изучение лабораторных исследований и требований к выборке для диагностики COVID-19 в Кыргызстане.

Ключевые слова: *Диагностические тесты, SARS-CoV-2, Серология, Антитела тестирование, ПЦР, Д-Димер, СРБ (С-*

реактивный белок), Прокальцитонин, Ферритин, Интерлейкин – 6 (Ил – 6).

Аннотация: 2019-жылы 31-декабрда Дүйнөлүк саламаттыкты сактоо уюму (ДСУ) Кытайдын Ухань шаарында келип чыгышы белгисиз болгон пневмония учурлары аныкталгандыгы тууралуу маалымат алган (1.3). 2020-жылы 7-январда өлкөнүн бийлиги оорунун козгогучу жаңы коронавирус экендигин аныктап, ал "2019-пCoV" деген убактылуу аталышка ээ болгон(2). 2020-жылы 30-январда Дүйнөлүк саламаттыкты сактоо уюму бул абалды коомдук саламаттыкты сактоо жаатындагы өзгөчө кырдаал катары, ал эми 11-мартта пандемия катары жарыялаган. 2020-жылы 18-мартта Кыргызстандын саламаттык сактоо министри COVID-19 инфекциясынын үч учуру катталган-дыгын билдирген. Бул пандемия учурунда, тез аранын ичинде лабораториялык тестерди колдонуп массалык турдо адамдарды текшеруу зарылдыгы айтылган (2). Биздин максатыбыз Кыргызстандагы лаборатория тестирлоо обалы кандай жана кайсыл тестер сөзсүз турдо колдонуш керек экенин тастыктоо болгон.

Негизги сөздөр: *Диагностикалык тест, SARS-CoV-2, Серология, Антитела тес-тирлоо. ПЦР, Д-Димер, СРБ (С-реактивный белок), Прокальцитонин, Ферритин, Интерлейкин – 6 (Ил – 6).*

Abstract: SARS-CoV-2 is responsible for a highly contagious infection, known as COVID-19. SARS-CoV-2 was discovered in late December 2019 and, since then, has become a global pandemic. Timely and accurate COVID-19 laboratory testing is an essential step in the management of the COVID-19 outbreak.(1.3) The severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 (SARS-CoV-2) and its associated coronavirus disease 2019 (COVID-19) pandemic has demanded rapid upscaling of in-vitro diagnostic assays to enable mass screening

and testing of high-risk groups, and simultaneous ascertainment of robust data on past SARS-CoV-2 exposure at an individual and a population level.(2) The purpose of our study was to investigate laboratory investigations and sample requirements for diagnosis COVID-19 in Kyrgyzstan. We collected data from Diagnostic Laboratory “Human” in Bishkek city. Thanks to “the laboratory research system” (LIS) of this laboratory, we managed to collect all the data related to laboratory diagnostics for the whole period of the covid-19 pandemic.

Key Words: *Diagnostic test, SARS-CoV-2, Serology, Antibody testing, PCR, D- Dimer, CRP (C-reactive protein), Procalcitonin, Ferritin, Interleukin 6 (IL-6).*

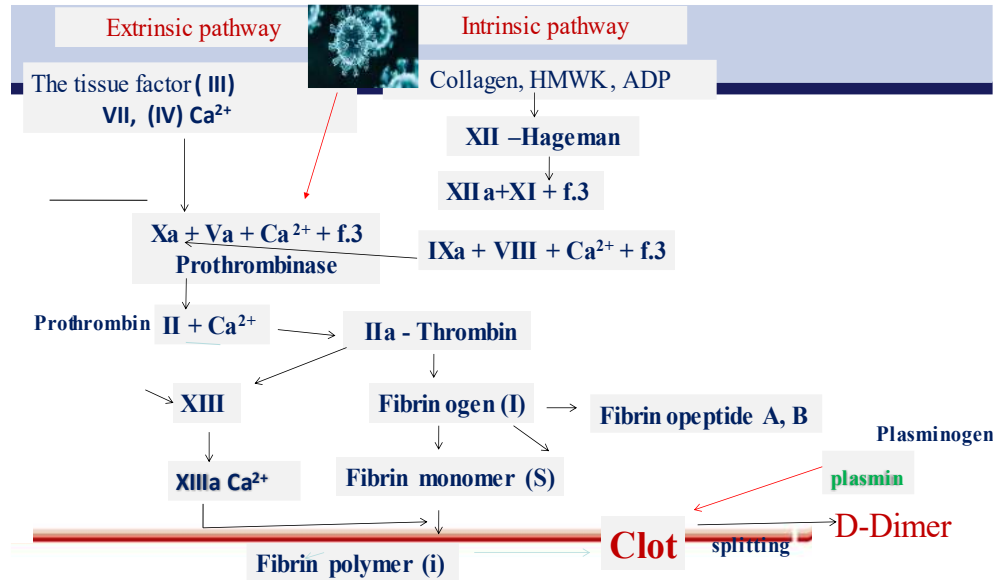
Introduction. The first necessary tests after confirming disease with PCR test are Complete blood count, CRP (C-reactive protein), Procalcitonin, Ferritin, Interleukin 6 (IL-6), Fibrinogen, INR (international normalized ratio), Fibrinogen, Activated Partial thromboplastin time APTT D-Dimer. Most of these tests carry out with the fully automated chemiluminescence immunoassays implemented on high-throughput laboratory instrumentation such as IMMULITE 2000xpi. Siemens.

Photo-1.



The key test in the diagnosis of COVID-19 turned out to be, a D-dimer test is a blood test that can be used to help rule out the presence of a serious blood clot.

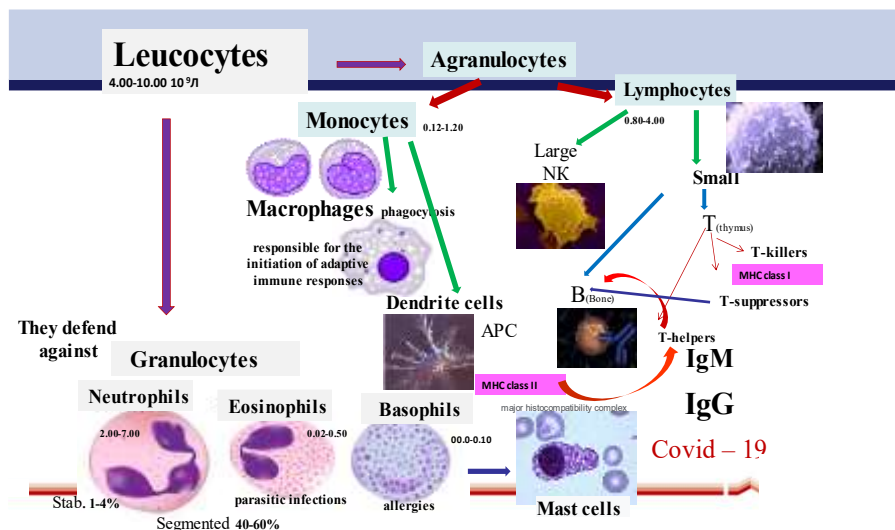
Fig-1



The cascade (plasma factors) of enzymatic reactions that ultimately results in the conversion of fibrinogen to fibrin monomers. Fibrin monomers are then cross-linked into insoluble strands that serve to stabilize the loose platelet clot formed in primary hemostasis.

Antibody tests are used to detect antibodies to the COVID-19 virus.

Fig -2



Results and discussion. The key test in the diagnosis of covid 19 turned out to be, a D-dimer test. On the sixth seventh day, after detecting the first symptoms of covid 19, the patient's blood appears IgM and its

concentration grows to two months then decreases and disappears by the fourth month. And IgG appears in 12-14 days and grows as much as possible to four months then gradually decreases.

Figе-3

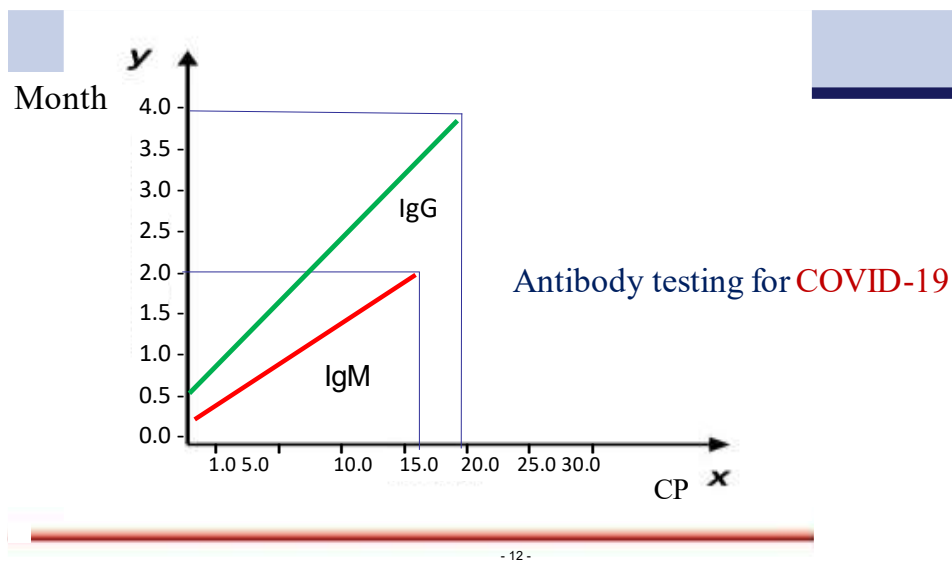


Table-1. The recovering patient analyses

Antibodies to coronavirus SARS-CoV-2 (Covid -19) IgM	Positive (CP=4.20)	CP (coefficient of positivity)	Positive CP>1.1 Negative CP<0.8 Doubtful CP 0.8-1.1
Antibodies to coronavirus SARS-CoV-2 (Covid -19) IgG	Positive (CP=13.20)	CP (coefficient of positivity)	Positive CP>1.1 Negative CP<0.8 Doubtful CP 0.8-1.1

The interpretation of a test for SARS-CoV-2 will depend on a

combination of the accuracy of the test and the estimated risk of COVID-19

prior to performing the test. A positive direct antigen test and specifically is strongly suggestive of current infection due to its high specificity. but moderate sensitivity, and the patient can be reassured that the clinician is confident that they have COVID-19 and should be managed in accordance with local policies regarding positive cases.

In contrast, negative tests need to be interpreted with caution, and a single negative SARS-CoV-2 test in a patient with strongly suggestive symptoms should not be relied upon to exclude COVID-19.

In this situation, it would still be safer for the patient to be treated as a positive case, and local policies regarding re-testing and isolation to be followed.

For the serological tests, the clinical implication of seroconversion with respect to future immunity continues to be elucidated, but similar principles for evaluating the test result in the clinical context and history of previous infection or exposure is critical, particularly as a false-positive result could lead to false reassurance and inappropriate behavior that might enhance community disease transmission (4).

References

1. Adams E.R., Augustin Y., Byrne R.L., Clark D.J., Coccozza M., Cubas-Atienzar A.I. Rapid development of COVID-19 rapid diagnostics for low resource settings: accelerating delivery through transparency, responsiveness, and open collaboration. *medRxiv*. 2020 doi: 10.1101/2020.04.29.20082099. .04.29.20082099<https://doi.org/> [[CrossRef](#)] [[Google Scholar](#)]
2. Bendavid E., Mulaney B., Sood N., Shah S., Ling E., Bromley-Dulfano R. COVID-19 Antibody Seroprevalence in Santa Clara County, California. *medRxiv*. 2020 doi: 10.1101/2020.04.14.20062463. 04.14.20062463<https://doi.org/> [[CrossRef](#)] [[Google Scholar](#)]

3. World Health Organization. Coronavirus disease 2019 (COVID-19), Situation Report-80. https://www.who.int/docs/default-source/coronavirus/situation-reports/20200409-sitrep-80-covid-19.pdf?sfvrsn=1b685d64_6. Published April 9, 2020. Accessed April 10, 2020.
4. Mathur G, Masur S. Antibody testing for COVID-19: can it be used as a screening tool in areas with low prevalence? *Am J Clin Pathol.* 2020 154 1-3

УДК: 33;338.

Кантороева Г.К., Булгаков А. Л.

*К.Ш.Токтолатов атындагы Эл аралык университетинде
экономика илимдеринин доктору, профессор
Москва мамлекеттик университетинде (ММУ),
экономика илимдеринин кандидаты, доцент*

**Кардарлар менен өнөр жай ишканаларынын өз ара
мамилесин башкарууда маалыматтык технологияларды колдонуу
жана талдоо**

Кантороева Г.К., Булгаков А. Л.

*Международный университет им. К.Ш.Токтолатова,
доктор экономических наук, профессор
Московский государственный университет им. Ломоносова (МГУ)
кандидат экономических наук, доцент*

**Анализ информационных технологий управления
взаимоотношений промышленного предприятия с клиентами**

G.K.Kantoroeva, A.L.Bulgakov

*K.Sh.Toktomatov International University, Doctor of Economics, Professor
Lomonosov Moscow State University, Candidate of Economics, Senior Researcher
at the Faculty of Economics*

**Analysis of information technology management of industrial enterprise
relationships with customers**

Аннотация: Бул макала кардарлардын мамилелеринин принциптерин толук кандуу ишке ашыруу үчүн чоң көлөмдөгү маалыматтарды чогултуу, жана иштетүү жолдору муктаж экендиги каралат. Ушуга байланыштуу, акыркы 20-25 жылда сатуу жана башкаруу маселелерин чечүү үчүн кардарлардын өз ара тыгыз аракеттенүүсүнө багытталган кеңири маалымат базаларын колдонулуп, атайын адистештирилген компьютердик тутумдар жигердүү өнүгүүдө. Алардын фундаменталдык платформасы CRM (Customer Relationship Management) - кардарлар менен болгон ич ара мамилени башкаруу концепциясы), алардын өз ара мамилелерин натыйжалуу түзүү үчүн тийиштүү билимдерди колдонуу максатында кардарлар менен болгон мамилелердин бардык баскычтарын аналитикалык ой жүгүртүү, иштетүү жаатында натыйжалуу маалыматтарды чогултуу үчүн алдыңкы маалыматтык технологияларды колдонуу жөнүндө сөз болмокчу.

Негизги түшүнүктөр: анализ, компьютердик тутумдар, CRM (Customer Relationship Management), товарлар жана кызматтар, пландаштыруу, интеграция.

Аннотация: В этой статье рассмотрены полноценная реализация принципов взаимоотношений с клиентами требует сбора, накопления и обработки больших объемов

данных. В этой связи, в последние 20-25 лет активно развиваются специализированные компьютерные системы, предназначенные для поддержки решения задач управления продажами и ведения развернутых информационных баз данных по взаимодействиям с клиентами. Их фундаментальной платформой является концепция CRM (Customer Relationship Management) - Управление Взаимоотношениями с Клиентами), предполагающая применение передовых информационных технологий для сбора детализированных данных обо всех стадиях взаимоотношений с клиентами и их аналитической обработки в целях извлечения знаний, необходимых для формирования с ними взаимовыгодных отношений.

Ключевые слова: анализ, компьютерные системы, CRM (Customer Relationship Management, продукции, товаров и услуг, планирование, интеграция.

Abstract: This article discusses the full implementation of the principles of customer relations requires the collection, accumulation and processing of large amounts of data. In this regard, in the last 20-25 years, specialized computer systems have been actively developing, designed to support solving sales management tasks and maintaining detailed information databases on customer interactions. Their fundamental platform is the CRM (Customer Relationship Management) concept, which involves the use of advanced information technologies to collect detailed data on all stages of customer relationships and their analytical processing in order to extract the knowledge necessary to form mutually beneficial relationships with them.

Keywords: analysis, computer systems, CRM (Customer Relationship Management, products, goods and services, planning, integration.

CRM (Customer Relationship Management - кардарлар менен мамилелерди башкаруу) - кардарларга натыйжалуу тейлөө уюштурууга багытталган бизнес модели болуп саналып, аны өнүгүүсүндө негизги куралы катары туруктуу кардарлар базасын түзүү аракеттери эсептелет. Мындай бизнес багыттын түрүн ишке ашырууда керектөөчүлөрдүн, камсыздоочулардын, өнөктөштөрдүн маалыматтарын чогултуу жана натыйжалуу колдонуу, ошондой эле маркетинг, сатуу, кардарларды колдоо, жогорку сапатты туруктуу

сактоо, квалификацияны жогорулатуу жана кызматкерлердин мотивациясын түптөштүрүүнү камтыган кардарларды тейлөө менен байланышкан системалык процесстерди камтыйт.

Ишкананын натыйжалуу жана туруктуу иштөөсүн жана өнүгүүсүн камсыз кылуунун негизги фактору - ал тараптан берилген продукциянын сапаты, товарлардын сатылышы жана кызмат көрсөтүүдө төлөөгө жөндөмдүү кардарларга туура суроо-талапты орноштуруу. Рыноктук атаандаштык шартында, ишка-

нанын суроо-талабынын туруктуулугу - анын рынок кырдаалын талдап баалоо аракеттерине көз каранды. Өнөр жай ишканасын оптималдаштырууда - кардарлар менен контрагенттер арасында рынокту жана рыноктук мамилелерди изилдөө программаларын тартипке салуу түздөн түз байланыштуу. Аларды жакшыртуу багыттарын тандоодо алгач анын алсыз жактарын аныктап, ал эми оптималдаштыруу этабында азыркы рыноктун талаптарынан натыйжалуу жыйынтыктарды чыгаруу зарыл.

Акыркы 20-25 жылдын ичинде сатуу жолдорун башкаруу маселелерин чечүүгө жана кардарлардын өз ара мамилерин боюнча кеңири маалымат базаларын жүргүзүүгө багытталган атайын компьютердик тутумдар жигердүү өнүгүп келе жатат. Фундаменталдык платформа катары CRM (Customer Relationship Management) же кардарлар менен өз ара натыйжалуу мамилелерди түзүү менен болгон бардык мамилеле баскычтарын

жана аларды аналитикалык көз караш менен иштетүү жөнүндө кеңири маалыматтарды чогултууда алдыңкы маалыматтык технологиялар колдонулуп жатат.

CRM концепциясы - жалпы бизнес логикасы менен байланышкан жана ишкананын бирдиктүү маалымат чөйрөсүнө киргизилип, адистештирилген программалык-аппараттык тиркемелердин (CRM-системалардын) комплекстери менен ишке ашырылат.

CRM системасынын төмөнкү маанилүү касиеттерин аныктоого болот.

1) кардарлар менен болгон мурунку жана жакынкы келечекте пландаштырылган бардык иш-аракеттердин деталдуу маалыматтарын камтыган бирдиктүү маалымат кампасы.

2) кардарлар менен өз ара иш алып баруусунда бардык мүмкүнчүлүктөрдү колдоо (жеке жолугушуулар, телефон чалуулар, электрондук почта билдирүүлөрү, сайттарды каттоо формалары, жарнамалык

шилтемелер, корпоративдик чаттар ж.б.).

3) башкаруу чечимдерин кабыл алууда колдоонулган камсыз кылуучу кардарлар жөнүндө чогултулган маалыматтарды аналитикалык ой жүгүртүү аркылуу иштеп чыгуу каражаттары.

CRM технологиясынын негизги багыты кардарларды идентификациялоо жана дифференциациялоодон сырткары, ишкананын персоналына кардар ортосундагы мамилелерди жекелештирүү мүмкүнчүлүгүн берет. CRM түшүнүгүн натыйжалуу имплементациялоонун экономикалык артыкчылыктары төмөнкүлөрдү камтыйт:

1. туруктуу колдонуучулардын пайдасынын эсебинен кирешелердин көлөмүнүн өсүшү;
2. сатууну уюштурууда чыгымдарды азайтуу;
3. сатуудан кийинки тейлөө чыгымдардын азайтуу.

CRM системаларын колдонуунун эң маанилүү артыкчылыгы - кардарларды тейлөө жолун жекелештирүү болуп саналып, көп

учурда мындай багыт ишкананын сатуу көлөмүн көбөйтөт. Келишимдерди даярдоону тездетүү жана аларды жүргүзүүнүн бардык этаптарын контролдоо, көбүнчө алардын натыйжалуулугун көбөйтүүгө мүмкүнчүлүк берет. Сатуу кызматтарынын ишин натыйжалуу уюштуруу менен, бүтүмдөрдү даярдоо жана ишке ашыруу үчүн операциялык жана административдик чыгымдар кыскарып, алардын кирешелүүлүгүн жогорулатат.

CRM системасы ишкананын башка маалыматтык система компоненттери менен комплекстүү өз ара аракеттенүүсү өзгөчө мааниге ээ (ИСУП).

MRPнын (Manufacturing Resource Planning - ишкананын ресурстарын пландаштыруу) ИСУП (Информационная система управления проектами - долбоорду башкаруунун маалымат системасы) технологиясында колдоо көрсөтүү менен, товардык материалдык баалуулуктарды (ТМЦ) сатып алуу пландарын түзүү жана аткарылышын контролдоо маселелерин чечүү менен,

өндүрүштүк жана сатуу пландарынын талаптарына ылайык, кампалык запастарды оптималдаштыруу үчүн шарттар түзүлөт, ошол учурда керектүү чийки заттардын, материалдардын, жарым фабрикаттардын жана комплекттердин жоктугунан өндүрүштүн графиктерин бузуу коркунучу азаят. Толук кандуу CRM жалпылоо система аркасында-туруктуу кардарлардын сатып алууларынын жыштыгы жана көлөмү жөнүндө маалымат тутуму даяр продукцияга суроо-талапты болжолдоонун тактыгын жогорулатууга жетишүүгө болот, бул кийин MRP-алгоритмдерди колдонууда ашыкча запастарды кыскартууга жана товардык материалдык баалуулуктардын (ТМЦ) жүгүртүлүшүн тездетүүгө мүмкүндүк берип, сатып алуу пландарын негиздүү түзүүгө мүмкүндүк берет.

Көптөгөн ишканалар каржылык ресурстарды натыйжалуу башкарууга мүмкүндүк берген бюджет системасынын негизинде башкаруу тутумун уюштурушат. Бюджет системасында, сатык өткө-

рүү болжолдоолоруна негизделген, сатуу бюджетин негизги мааниге ээ. Алар, жогоруда айтылгандай, CRM системаларын колдонуу менен гана такыраак болот.

Экономикалык өнүккөн өлкөлөрдө көптөгөн ишканалар маанилүү керектөөчүлөрдү өздөрүнүн пландык процесстерине тартууга жигердүү аракет кылып жатышат. Мындай иш-аракеттердин эң маанилүү багыттарынын бири - жаңы өндүрүштөрдү жана кызматтарды долбоорлоо. Бул башкаруу моделин уюштуруу үчүн CSRP (сатып алуучу менен синхрондоштурулган ресурстарды пландаштыруу түшүнүгү колдонулат. Анын негизги мазмуну ишкананын ишин пландаштыруу процессине керектөөчүнү бириктирип, эске алуусу караштырылат.

ИСУП процессин – ишкананын кызматкерлерин башкаруу чечимдерин иштеп чыгуу үчүн зарыл болгон бардык маалыматтар менен ыкчам камсыз кылууга мүмкүндүк берген бирдиктүү система катары кароо зарыл. Бул

үчүн ал ишкананын бардык маалымат агымдарын интеграциялап, маркетинг, пландаштыруу, логистика, өндүрүш жана персоналды башкаруу, бюджет системасын жүргүзүү, бухгалтердик эсеп, экономикалык анализ ж.б. башкаруунун бардык иерархиясы боюнча: жогорку менеджменттен тартып жөнөкөй аткаруучуларга чейин бирдиктүү комплекстүү чечим менен байланыштырышы керек. Мында, биргелешкен бизнес-процесстерге тартылган бир нече бөлүмдөрдүн, алардын айрым кызматкерлеринин жана тышкы өнөктөштөрдүн өз ара байланышкан ишин талап кылган бардык маанилүү бизнес-процесстерди колдоо деңгээлинде вертикалдуу башкаруу подсистемаларын гана эмес, горизонталдуу байланыштарын колдоого алынууга тийиш.

Ушуга байланыштуу, CRM-система ИСУП системасынын подсистемаларынын бири болуп саналып, идеалдуу түрдө анын башка подсистемалары менен ыкчам өз ара аракеттенүүнү камсыз

кылышы керек. Бул үчүн CRM-системанын негизи катары (ошондой эле бүтүндөй ИСУП сыяктуу), интеграцияланган компьютердик тармак болушу керек жана баштапкы маалыматтардын бардык булактары менен аларды иштеп чыгуу жана керектөө түйүндөрүнүн ортосунда ыкчам алмашууга мүмкүнчүлүк түзүүзү абзел. Демек, маалыматтарды кол менен гана киргизүүнүн негизинде эмес, аларды автоматтык же автоматташтырылган фиксациялоо каражаттары менен ар кандай санариптик системалар, анын ичинде кардарлар менен өз ара иш жүргүзүү процесстерине тартылган программалык-аппараттык комплекстер аркылуу (чалуу-борборлор, уюлдук аппараттар, штрих-код сканерлери ж.б.) толук интеграциялоо мүмкүнчүлүгүн билдирет. Санариптик жардамчылар аркылуу эки тараптуу байланышты камсыз кылуу зарыл: алардан маалыматтарды алуу, ошондой эле уюлдук тиркемелерди(мобильное приложение) пайдаланган кардар-

лардан кызматкерлерге жиберилген маалымат суроо-талаптарды тейлөө.

Демек, анын негизинде маанилүү талаптар келип чыгат:

1. Кардарлардын өз ара аракеттенүүсү, ошондой эле аларды иштеп чыгуу боюнча маалыматтарды топтоо менен байланышкан жана эң көп убакытты талап кылган функцияларды автоматташтыруу.
2. Ишкананын интеграцияланган компьютердик тармагынын негизинде кардарлар менен баарлашуу процессине тартылган бардык санариптик түзүлүштөрдүн өз ара аракеттенүүсүн камсыз кылуу.
3. Керектөөчүлөргө тийиштүү бүткүл бизнес-процесстерин аткаруунун логикасын колдоо.
4. ИСУП системасынын компоненттери менен үзгүлтүксүз маалыматтык интеграция.

Жогорудагы талаптарды ишке ашыруу үчүн CRM-система

төмөнкү негизги принциптерге негизделиши керек.

Ыкчамдык. Керектөөчүлөр менен иш алып жүргүзүүдө чечимдерди иштеп чыгууга таасир этүүчү бүткүл ички жана тышкы фактыларды ыкчам белгилөө, ошондой эле жакынкы келечекте болуп өтүүчү же болжолдонгон окуяларга натыйжалуу жооп берүүгө автоматташтырылган процесстерди иштеп чыгуу.

Бирдиктүү маалымат мейкиндиги. Ишкананын кардарлары менен өз ара мамилелер боюнча бардык маалыматтык ресурстарды интеграциялоо жана алардын укуктары менен компетенцияларынын чегинде, бүткүл кызыкдар кызматкерлерге мүмкүнчүлүк берүү.

Интеграция. Керектөөчүлөр менен өз ара иш жүргүзүү процесстерине көздөлгөн бүткүл программалык-аппараттык каражаттарды бирдиктүү компьютердик тармакка байланыштыруу мүмкүнчүлүгү.

Комплекстүүлүк. Кардарлар менен өз ара байланыштарды башкаруу маселелерин бүтүндөй комплексин чечүү үчүн системалык мамиле жасоо.

Жеткиликтүүлүк. Санариптик системалардын бүткүл категорияларын колдонууда баштапкы маалыматтарды киргизүү жана аларды иштетүүдө алгачкы интерфейсин түшүнүктүү даярдоо жана оптималдаштыруу.

Аналитикалык. Кардарлар менен болгон мамилелерде баштапкы маалыматтардын жашыруун үлгүлөрдү же закон-ченемдүүлүктөрдү аныктоо үчүн ар кандай аналитикалык куралдарды колдонуу мүмкүнчүлүгү.

Адаптация. Бизнес-процестерди уюштурууда жана ишкананын ченемдик-укуктук базасын кайра өзгөртүү муктаждыгында системасынын логикасын жөнгө салып, өнүккөн каражаттарды колдонуу.

Ачыктык. Жаңы программалык-аппараттык комплекстерди туташтыруу аркылуу системанын

функционалдык мүмкүнчүлүктөрүн жогорулатуу мүмкүнчүлүгү; тышкы маалымат тутумдары менен маалымат алмашуунун стандарттуу протоколдорун жана форматтарын колдоо.

Масштабдуулук. Пайдалануу логикасынын негизги принциптерин сактоо менен ишкананын ишмердүүлүгүнүн масштабын кеңейтүүдө системанын чексиз технологиялык өнүгүү мүмкүнчүлүгүн кеңейтүү.

ИСУП CRM подсистемасын түзүүнүн ийгилиги көптөгөн факторлордон көз каранды, алардын баарын талкуулоо маанисиз. Ошол эле учурда, долбоорду аткарууда андагы негизги тоскоолдуктарды төмөнкү себептерге бөлсө болот.

- Кардарлар жана кызматкерлер тарабынан долбоордун максаттарын түшүнүүдөгү чечилбеген пикир келишпестиктер.
- Базалык программалык системанын чектелген функционалы.

- Базалык системаны ишканынын иштеп жаткан программалык-аппараттык инфраструктурасына интеграциялоо көйгөйлөрү.
- Ишке киргизүүнү жүзөгө ашыруучу кардар же аткаруучунун жеке компетенцияларынын жетишсиздиги.

Белгилей кетүүчү нерсе, ири ишканалардагы ИСУП негизиндеги CRM подсистемасын орнотуу - орто жана чакан ишканаларда кыйла айырмаланат.

Ири ишканаларда CRM системаларын ишке ашыруу көп учурда көптөгөн бизнес процесстерди кайрадан конфигурациялоону талап кылат. Ошондуктан, аны ишке ашыруу үч этапта жүргүзүлөт:

- 1) Иш кагаздарын уюштурууда аларды кайрадан иштеп чыгуу;
- 2) Бизнес-процесстердин бардык өзгөчөлүктөрүн эске албастан CRM системасын жайгаштыруу;

- 3) Киргизилип жаткан программалар топтомунун мүмкүнчүлүктөрүнүн негизинде жана анда болгон чектөөлөрдү эске алуу аркылуу бизнес-процесстердин аткаруу тартибин этап-этабы менен жөндөө.

Массалык дүң жана майда товардык тейлөөлөр менен иштеген ишканаларда (тамак-аш азыктарын, кийим-кечелерди, бут кийимдерди, тиричилик техникаларын, курулуш материалдарын, запастык бөлүктөрдү өндүрүү жана сатуу ж.б.) бул иштин өзгөчөлүгүнөн келип чыккан кардарлар менен өз ара мамилелерди башкаруунун автоматташтырылган маалыматтык системаларына карата башка талаптар бар: кеңири ассортимент, жогорку атаандаштык, кардарлардын ири көлөмү, активдердин жогорку натыйжалуулугу. Алар үчүн кардарлар менен өз ара башкаруу мүнөзү төмөнкү маанилүү милдеттер менен мүнөздөлөт.

- 1) Сатуунун туруктуулугун жогорулатуу.

2) Сатылуучу продукциянын оптималдуу ассортиментин тандоо.

3) Өндүрүлгөн продукцияны жана товарларды сактоо мөөнөтүн кыскартуу.

Бул маселелерди чечүү үчүн тийиштүү CRM системасы багытталышы керек. Атап айтканда, анын негизинде өндүрүштүн, товардын баасын жана ассортиментин оптималдаштыруу куралдары кам-

тылуусу керек. Бул үчүн CRM система ар бир кардардын сатып алууларынын тийиштүү типтеги товардык структурасын, анын позициясы боюнча сатып алуулардын орточо көлөмү жана алардын мезгилдүүлүгү жөнүндө маалыматтарды көзөмөлдөөгө жана анализдөөгө мүмкүндүк бериши керек.

Адабияттар:

1. Беляевский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 320 с.
2. Моргунов А.Ф. Информационные технологии в менеджменте М.: «Юрайт», 2016 – 336 с.
3. Нгуен Т.Т. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МЕНЕДЖМЕНТЕ // Международный студенческий научный вестник. – 2016. – № 6.
4. Булгаков А.Л. «МЕТОДЫ ОПТИМИЗАЦИИ ЗАТРАТ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ АУТСОРСИНГА», Наука и новые технологии инновации Кыргызстана 2021/4 стр. 85-91.

УДК: 33;338.4 (575)

Кантороева Г.К., Булгаков А. Л.

*К.Ш.Токтомаатов атындагы Эл аралык университетинде
экономика илимдеринин доктору, профессор,*

*М.В. Ломоносов атындагы Москва мамлекеттик университетинде,
э.и.к., доцент*

**Өнөр жай ишканаларынын кардарлар базасын башкарууну
өркүндөтүү**

Кантороева Г.К., Булгаков А. Л.

*Международный университет им. К.Ш.Токтомадова, доктор экономических
наук, профессор,*

кандидат экономических наук, доцент МГУ М.В. Ломоносова

**Совершенствования управления клиентской базой
промышленного предприятия**

G. Kantoroeva, A. L. Bulgakov

*K.Sh.Toktomatov International University, Doctor of Economics, Professor,
Lomonosov Moscow State University, Candidate of Economics, Senior Researcher
at the Faculty of Economics*

**Improving the management of the customer base of an industrial
enterprise**

Аннотация: бул макалада кардарлар менен мамилелерди башкаруу программаларын өркүндөтүү өнөр жай ишканасынын бизнесин жалпы оптималдаштыруунун маанилүү багыттарынын бири болуп саналат. Жакшыртуу багыттарын тандоо мезгил-мезгили менен кардарлар менен рыноктук мамилелердин аудитин жүргүзүү аркылуу ишке ашырылган маркетингдин учурдагы абалын толук талдоого негизделет. Рыноктук өз ара мамилелерди изилдөө инструменти негизги керектөөчүлөр, жеткирүүчүлөр жана бизнес боюнча өнөктөштөр менен узак мөөнөттүү өз ара пайдалуу мамилелерди түзүүгө багытталган. Кардарлар менен өнөр жай ишканаларынын ортосундагы мамилелерди башкаруу маалыматтык технологияларды талдоо.

Ачык сөздөр: базар, ишканалар, кардарлар, аудит, маркетинг, бизнес, стратегия, бренд, талдоо, маалыматтык технологиялар, оптимизация.

Аннотация: в данной статье рассматривается совершенствование программ управления взаимоотношений с клиентами является одним из важнейших направлений

общей оптимизации бизнеса промышленного предприятия. Выбор направлений совершенствования основывается на детальном анализе текущего состояния маркетинга, осуществляемого за счёт периодического проведения аудита рыночных взаимоотношений с клиентами. Инструментарий исследования рыночных взаимоотношений направлен на формирование долгосрочных взаимовыгодных отношений с ключевыми потребителями, поставщиками и партнёрами по бизнесу. Анализ информационных технологий управления взаимоотношений промышленного предприятия с клиентами.

Ключевые слова: рынок, предприятия, клиенты, аудит, маркетинг, бизнес, стратегия, бренд, анализ, информационные технологии, оптимизация.

Abstract: this article discusses the improvement of customer relationship management programs is one of the most important areas of general business optimization of an industrial enterprise. The choice of areas of improvement is based on a detailed analysis of the current state of marketing, carried out through periodic audits of market relations with customers. The tools of market relations research are aimed at forming long-term mutually beneficial relationships with key consumers, suppliers and business partners. Analysis of information technologies for managing the relationship of an industrial enterprise with customers.

Keywords: market, enterprises, customers, audit, marketing, business, strategy, brand, analysis, information technology, optimization.

Рынок мамилелердин аудитибул колдо болгон рынокту ишканалардын жумушунун жалпы компонентинин натыйжалуулугун анализдөө жана баалоо боюнча багыттуу иш-аракеттердин топтому.

М. Брайндын көз карашынан алганда, рыноктук мамилелердин аудитин "ар бир функционалдык максатты баалоого жана натыйжалуу координациялоого багытталган уюмдун ичиндеги бардык марке-

тинг иш-аракеттеринин натыйжалуулугун системалуу, сын көз караш, кылдат жана калыс изилдөө" деп эсептесе болот.

Ф.Котлер тарабынан иштелип чыккан теория бул түшүнүктү "уюмдун соода сатык чөйрөсүн, ички маркетинг структурасын жана конкреттүү базар иш-аракеттерин мезгил-мезгили менен ар тараптуу, системалуу жана көзкарандысыз изилдөө" деп аныктоого болот.

Рыноктун өз ара мамилелеринин аудитинин негизги максаттары болуп товардык продукцияны тартуулочулар жана тейлөөчүлөр, анын ичинде алардын потенциалдуу катышуучулары тарабынан рынокту башкаруу, көйгөйлөрүн аныктоо жана жоюу мүмкүнчүлүктөрү, ошондой эле өндүрүштү пландаштыруу, даяр продукциянын баасын түзүү жана ошондой эле продукцияны бирдей атаандаштык шарттарда илгерилетүү процесстери тийиштүү.

Базар мамилелердин аудитин жүргүзүүдө иш-аракет мүнөздөмөлөрүн конкреттүү системасына баалоо жүргүзүлөт да, ошондой эле аларды шарттуу түрдө төмөнкү негизги топторго бөлүүгө болот.

Соода-сатык бизнестин стратегиясын баалоо мүнөздөмөлөрү.

Мунун мүнөзү сатуудан түшкөн кирешенин өсүш көрсөткүчтөрүн, контролдо болгон базар үлүшүн, заказдардын көлөмүн жана товарды айландыруу, конверсия деңгээлин жана мөөнөттөрүн, кый-

мылга алынган товар каналдардын көрсөткүчтөрүн камтыйт.

Продуктун инновациялык мүнөзү жана ага рынок тарабынан болгон көз караштардын өзгөчөлүктөрү.

Продукциянын жол карталары, анын жашоо циклинин этаптарындагы анын баалуулугу, наркы жана кирешелүүлүгү, кардарлардын суроо-талап мүнөздөмөлөрүн, алардын канааттануу жана тейлөө деңгээлин баалоону жана сунушталган өнүмдөрдүн рынок тарабынан кабыл алуу даражасын камтыйт.

Корпоративдик имиджин мүнөздөмөлөрү жана бренддин идентификациясы.

Мында бренддин нарк өзгөрүүсүнүн көрсөткүчтөрү, аны коом тарабынан атактуулук даражасынын мүнөздөмөлөрү, дифференциациянын өзгөчөлүктөрү, уюмдун жеке кызматкерлерин кармап калуу көрсөткүчтөрү кирет.

Корпоративдик көз караштын жана лидерликтин мүнөздөмөлөрү.

Уюмдун кызматкерлери тарабынан ишеним деңгээлин, корпоративдик маданиятты жана баалуулуктарды түшүнүүнү. Жалпы мүнөздөмөлөрдөн тышкары, жеке маркетинг иш-аракеттерин жана маркетинг иш-аракеттеринин жалпы багыттарын мүнөздөгөн көптөгөн көрсөткүчтөр колдонулат.

Мисалы, натыйжалуулуктун көрсөткүчтөрүн баалоо үчүн төмөнкү жолдор колдонулат:

- 1 стенд кайрылуучунун чыгымдары;
- жеке контактардын стендге кайрылуучулардын жалпы санынын үлүшү;
- тийиштүү аудитория менен перспективдүү байланыштардын саны;
- 1 перспективдүү байланыштын чыгымдары;
- промо-материалдар үчүн кайрылуучулардын (арзандатуу купондору, менеджерлердин визиттик карточкалары, жарнама-лык буклеттер ж. б.) көргөзмөдөн кийинки жана жакынкы арадагы саны;

- көргөзмөдөн кийинки кайрылуучулардын сатып алуу көлөмү.

Социалдык ПиаР компанияларды баалоо үчүн төмөнкүдөй ченемдер колдонулат:

- компаниянын ММКда эскерүүлөрүнүн жалпы саны;
- ММКдагы позитивдүү, бейтарап жана терс пикирлердин саны;
- ишкана жөнүндө макалалардын саны жана анын ишмердүүлүгү жөнүндө пикирлер.

Өнөр жай ишканасынын натыйжалуу жана туруктуу иштешин жана өнүгүүсүн, жогорку көлөмдө жана туруктуу сатууларсыз ишке ашыруу кыйын, себеби анын кепилдиги, товарлардын жана тейлөөчүлөр, керектөөчүлөр менен болгон мамилелеринин туруктуулугу менен камсыз кылынган кардарлар базасынын ядросунун туруктуу болушу менен байланат.

Ар кайсы өлкөлөрдө көптөгөн изилдөөлөрдүн негизинде, эски кардарларды сактап калуу, жаңы кардарларды тартууга караганда

кыйла аз чыгымдарды талап кылып, кардарлардын олуттуу саны менен өз ара аракеттенүү, алар менен мамиле түзгөндөн кийин олуттуу убакыт өткөндөн кийин гана туруктуу кирешелүү болорун; бул жаңы кардарга караганда эски кардар менен келишим түзүү арзан, ал тургай, туруктуу кардарлардын үлүшүн бир аз жогорулатууга аракеттер натыйжалуу экенин тастыкташты. Көптөгөн компаниялардын сатып алуучуларынын дээрлик жарымы, алар менен натыйжасыз мамилелердин негизинде такыр киреше алып келбейт. Ишкананын кардарларынын бир аз гана бөлүгү ага кирешенин ири көлөмүн алып келип, компания жөнүндө терс пикирлер жана өз ара мамилелердин нааразычылыгы кенен таркап, позитивдүү ой пикирлер жай таркалуусу да кенен байкалат.

Ушундан улам, ишкана туруктуу кардарларды сактап калуу үчүн бардык күчүн жумшашы керек. Айрыкча, бул тейлөө(сервис) ишканаларына тиешелүү. Акыркы жылдары бул экономиканын тез

өсүп жаткан чөйрөсү. 1950-жылдардын ортосунда АКШда тейлөө тармагынын ИДПсынын үлүшү болжол менен 50%ды түзүп, ушул кезге чейин 70% дан да ашты. Ушундай эле көрүнүш ЕС өлкөлөрүндө жана Японияда байкалат. Өнүккөн өлкөлөрдө сервис-тик ишканаларда эмгекке жарамдуу калктын 70 жана андан ашык пайызы иштейт. Россияда, кызмат көрсөтүү тармагында, эмгекке жарамдуулардын көпчүлүгү иштеп, ИДПнын олуттуу бөлүгүн түзөт.

Демек, ишкананын натыйжалуу жана туруктуу иштеши жана өнүгүшү үчүн маанилүү шарт - бул кардарлардын талаптарын сапаттуу канааттандыруу жана убакыттын өтүшү менен алардын тез өзгөргөн каалоо тилектерине тез көнүү. Бирок, ишканалар рынокту изилдөөгө кымбат программаларды жүргүзүү менен жаңы кардарларды табууга көбүрөөк көңүл бурушат. Мындан улам, көбүнчө керектөөчүлөрдүн продукциялары, товарлары жана кызматтарынын туруктуулугу аксайт. Көптөгөн чет элдик

изилдөөлөр көрсөткөндөй, жаңы кардарларды тартуу боюнча бардык аракеттер натыйжасыз болуп, алардын көпчүлүгү пайдасыз болуп калат. Ар кандай булактарда келтирилген эсептөөлөр боюнча, жаңы кардарлардын ар биринин чыгымдары эскисин сактап калуу үчүн талап кылынган чыгымдан 3-10 эсе көп болот. Бул учурда, туруктуу кардарлардын үлүшүн 5% га көбөйтүү көп учурда кирешенин 25-100% көбөйүшүнө алып келет.

Ф. Котлер, Ж. Ламбен жана башка окумуштуулар менен практиктердин айтымында, мамиле маркетинги - кардарларды кармап калуунун практикалык ыкмаларынын жыйындысы дешет. Атап айтканда, Ф. Котлер "өз ара мамилелердин маркетинги – узак мөөнөттүү артык мамилелерди орнотуу максатында рынокто өз ара аракеттенип жаткан негизги өнөктөштөр: керектөөчүлөр, жеткирүүчүлөр, дистрибьюторлор менен узак мөөнөттүү өз ара пайдалуу мамилелерди түзүү практикасы" деп белгилейт.

Мамиле маркетинги төмөнкү негизги артыкчылыктарга жетүүгө мүмкүндүк берет.

1) Кардарларды тартуу боюнча чыгымдарды азайтуу.

2) Сатып алуулардын көлөмүнүн жана наркынын өсүшү ("туруктуу керектөөчүлөрдүн чыгымдары жогорулаган чен боюнча көбөйөт жана натыйжада киреше ушул категориядагы керектөөчүлөрдүн арзандатууларынан ашат").

3) Тестирилөө базасы катары пайдаланылуучу керектөөчүлөрдүн топторун бөлүп көрсөтүүнүн эсебинен рынокко жаңы өнүмдөрдү же кызматтарды чыгарууда тобокелдиктерди азайтуу жана белгисиз багыттардын деңгээлин төмөндөтүү.

4) Керектөөчүлөрдүн туруктуу тобун кармап туруунун негизинде, атаандаштардын рынокко кирүүсүнө кошумча тоскоолдуктарды түзүү.

5) Туруктуу кардарлар тобунун эсебинен, ишкананын персоналдын тааныш керектөөчүлөрдүн негизинде кармап туруу.

Албетте, мамилелер маркетингинин пайдалуулугу ар кандай базарларда бирдей эмес. Мисалы, кардарларды соода-сатык процессине тартуу деңгээли начар болгон айрым керектөө рынокторунда аны киргизүүдө бир топ көйгөйлөр бар. Ошол эле учурда, кардарларды соода-сатык процессине тартуу мөөнөтү узак болгон рыноктордо, мамилелер маркетингинин натыйжалуулугу айдан ачык.

Кардарлар менен мамиле принциптерин толук кандуу ишке ашыруу чоң көлөмдөгү маалыматтарды чогултуу, топтоо жана иштетүүнү талап кылат. Ушуга байланыштуу, акыркы 20-25 жылдын ичинде сатуу жолдорун башкаруу маселелерин чечүүгө жана кардарлардын өз ара мамилерин боюнча кеңири маалымат базаларын жүргүзүүгө багытталган атайын компьютердик тутумдар жигердүү өнүгүп келе жатат. Фундаменталдык платформа катары CRM (Customer Relationship Management) же кардарлар менен өз ара натыйжалуу мамилелерди түзүү менен болгон

бардык мамилеле баскычтарын жана аларды аналитикалык көз караш менен иштетүү жөнүндө кеңири маалыматтарды чогултууда алдыңкы маалыматтык технологиялар колдонулуп жатат.

CRM концепциясы - жалпы бизнес логикасы менен байланышкан жана ишкананын бирдиктүү маалымат чөйрөсүнө киргизилип, адистештирилген программалык-аппараттык тиркемелердин (CRM-системалардын) комплекстери менен ишке ашырылат.

CRM стратегиясынын өзөгү - кардарлар менен болгон мамилелердин тарыхы жөнүндө маалыматтарды топтоо жана алар менен өз ара аракеттенүү, бизнес процесстерин оптималдаштыруу максатында жана анализдөө аркылуу натыйжалуу маркетингди түзүү маселелерин чечүүгө арналган маалыматтык технологиялар эсептелет. CRM концепциясы - жалпы бизнес логикасы менен байланышкан жана ишкананын бирдиктүү маалымат чөйрөсүнө киргизилип,

адистештирилген программалык-аппараттык тиркемелердин (CRM-системалардын) комплекстери менен ишке ашырылат.

Кирешенин өсүшү. Келишимдердин санын көбөйтүү, аларды тез мөөнөттө жабуу, эң жакшысын тандоо жана кайчылаш сатуулар аркылуу жетишүүгө болот.

Сатуу көлөмүнүн туруктуулугун жогорулатуу. Мындай жагдай жаңы сатып алууларды жүргүзүп турган ишенимдүү кардарлардын туруктуу тобун чогултуу аркылуу жетишүүгө болот.

Бүтүмдөрдүн ыктымалдуулугун жогорулатуу. Кардарлардын стандарттык суроо-талаптарына жооп берүү, атаандаш өнүмдөрдүн алсыз жактарын жана күчтүү жактарын, сатуу бөлүмүнүн бардык менеджерлеринде мыкты сатуу тажрыйбасын үйрөтүү жана билим базасын түзүү аркылуу жетишүүгө болот.

Чыгымдарды азайтуу. Сатууну жол-жоболоштуруу, тейлөө кызматын туура уюштуруу жана

персоналдын ишин контролдоо боюнча күндөлүк операцияларды автоматташтыруу аркылуу жетишүүгө болот.

Сатуу менеджерлеринин эмгек өндүрүмдүүлүгүнүн өсүшү. Календардык пландаштыруу жана кардарлардын маалымат тобуна ыкчам жетүү аркылуу жумуш убактысын натыйжалуу пайдалануу.

Кызматкерлердин жүгүртүлүшүн азайтуу. Кызматкерлердин мотивациясы жана натыйжалуу иштегендиги үчүн бонустарды алуу мүмкүнчүлүктөрүн өздөштүрүү, ошондой эле эң жакшы келишимдерге көбүрөөк күч-аракет жумшоо.

Маркетинг оптималдаштыруу. Рынокту кеңири анализдөөнүн негизинде жүргүзүлгөн маркетинг акцияларын пландаштыруу жана башкаруу системасын өркүндөтүү аркылуу жетишүүгө болот.

Акциялардын даректүүлүгү. Кардарлардын фокус топорунун керектөө жүрүм-турумун жакшыраак түшүнүү аркылуу камсыздоо.

Тейлөө чыгымдарын азайтуу. Күндөлүк иш-аракеттерди аткарууда автоматташтыруу жана билдирмелердин өтүшүн контролдоо, кардарлардын кайрылуулары боюнча билим базасын колдонуу аркылуу камсыз кылынышы зарыл. Себеби мындай жагдай кардарлардын суроо-талаптарына жооп даярдоо убактысын кыскартууга мүмкүндүк берет.

Кызматтын сапатын жакшыртуу. Кайрылууларды так аныктоо жана көйгөйдү чечүү үчүн керектүү ресурстарды баалоо аркылуу жетишүүгө болот.

Кардарлардын канааттандырылган жогорулатуу. Ар бир кардар менен өз ара катнаштык жана даректүү суроо-талаптар тууралуу толук маалыматтарга ыкчам жетүү мүмкүнчүлүгү жана жеткиликтүүлүк аркылуу сооданы сапаттуу уюштуруу - тейлөө жана кардарларды маалымдоону жогорулашына барабар.

Жыйынтык: Кардарлар менен мамилелерди башкаруу программаларын өркүндөтүү - өнөр жай

ишканасынын бизнесин жалпы оптималдаштыруунун маанилүү багыттарынын бири болуп саналары анык. Өнүгүү багыттарын тандоо - кардарлар ортосундагы рыноктук өз ара мамилелерине мезгил-мезгили менен аудит жүргүзүүнүн эсебинен, маркетингдин учурдагы абалын деталдуу анализөөгө негизделет. Рынок өз ара мамилелерди изилдөө инструменти - негизги керектөөчүлөр, камсыз кылуучулар жана бизнес боюнча өнөктөштөр менен узак мөөнөттүү, пайдалуу мамилелерди түзүүгө багытталып, кардарларды дифференциациялоо, туруктуу кардарларды бөлөк иретте көрсөтүүгө жана кызматташуунун өзгөчө шарттарын жаңы сатып алууларга дем берүүнүн эсебинен алардын лоялдуулугун жогорулатууга мүмкүндүк берет. Ошондой эле туруктуу киреше алып келбеген кардарлар менен иштешүү чыгымдарын азайтуу да жогорудагы жолдор аркылуу ашырылат. Адекваттуу дифференциациялоо ар бир кардар менен өз ара мамилелердин тарыхы боюнча чоң көлөмдөгү

маалыматтарды чогултууну жана иштеп чыгууну талап кылып, андан сырткары CRM-системасы - оперативдүүлүк, бирдиктүү маалымат мейкиндиги, интеграция,

комплексүүлүк, жеткиликтүүлүк, аналитика, адаптация, ачыктык жана масштабдуулук принциптери аркылуу мындай өнүүгү жолунда өнөктөш болот.

Адабияттар:

5. **Зайцева Т.Ю.** Маркетинг № 1 за 2010 год, и материалах научной конференции: «Актуальные проблемы развития экономики современного предпринимательства» стр. 45-46

6. **Беляевский И.К.**, Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учеб. пособие. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 320 с.

7. **Булгаков А. Л.** СОГЛАСОВАНИЕ СРОКОВ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОТСРОЧЕК ПЛАТЕЖЕЙ ПОКУПАТЕЛЯМ СО СРОКАМИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ОТСРОЧЕК ПОСТАВЩИКАМИ. Известия ВУЗов Кыргызстана. 2021. №. 2. С. 82-85.

УДК:811.1/8.392

**БАЛАГА АТ КОЮУДАГЫ ЭЛДИК ЖЕРГИЛИКТҮҮ САЛТ
ЖАНА ЭТНОГРАФИЯЛЫК ЖАГДАЙ**

Казыев Нурбек Кожоярович

*Эл аралык Медициналык Университетинин
билим берүүнүн сапатын контролдоо, мамлекеттик тил жана
укуктук маселелер боюнча проректору, ф.и.к., доц.,*

**НАРОДНЫЕ МЕСТНЫЕ ТРАДИЦИИ И ЭТНОГРАФИЧЕСКАЯ
ОБСТАНОВКА В ИМЕНОВАНИИ РЕБЕНКА**

Казыев Нурбек Кожоярович

*к.ф.н., доцент, проректор по контролю качества
образования, государственного языка и правовым вопросам
Международного медицинского университета*

**FOLK TRADITIONS IN GIVING NAMES TO A NEWBORN AND
THEIR ETHNOGRAPHIC BACKGROUND**

Kazyev Nurbek Kozhoyarovich

*candidate of philological sciences, associate professor, vice-rector for quality
control of education and state language*

Аннотация: Жаңы төрөлгөн ымыркайга ысым берүүдө элдик каада-салттардын негиздери жана алардын этнографиялык өбөлгөлөрү изилденген

Негизги сөздөр: тотемизм, фетишизм, тилчи.-психологиялык, педагогикалык, этнографиялык кырдаал, диалект.

Аннотация: Изучены основы народных традиций в дарении имен новорожденному и их этнографические предпосылки

Ключевые слова: тотемизм, фетишизм, лингвист, психолог, педагогика, этнографическая ситуация, диалект.

Abstract: The basics of folk traditions in giving names to a newborn and their ethnographic preconditions have been studied

Key words: totemism, fetishism, linguo-psychological, pedagogical, ethnographic situation, dialect.

Эзелтен бери биздин ата-бабалар аларды курчап турган жандуу жаратылыштагы, табияттагы көрү-

нүштөрдү (өсүмдүктөрдү, айбанаттарды, табияттагы башка жандуу кубулуштарды, мисалга, чагылган,

бороон-чапкындарды), ошондой эле айлана-тегерегиндеги өздөрү жашаган чөйрөдөгү объектилерди (тоолорду, аккан суу, дарыяларды) ыйык эсептешип, аларга таазим кылышкан жана табиятка болгон андай мамиле кылымдардан бериланып келе жатат. Мындай абалда тотемизм менен фетишизм жана элдин (коомдун) аң-сезимине ата-бабаларыбыздын арбактарына сыйынууну (урмат көрсөтүүнү), тооташка, жер-сууга табынууну пайда кылып, ал бара-бара салтка айланган. Адамдар мына ушундай салт турмушта колдонулса, алардын өмүрүнө, жашоосуна коркунуч болбойт деген ишеничти кармагышыпкан. Мындай түшүнүк ошондой жакшы тилектер менен коштолгон. Андан да сөз маанисине (магиясына), ал сөздүн кудуреттүү күчүнө ишенүү, ага берилүү, анын чындыгына ынануу түшүнүгү бара-бара калыптанып келген. Мындай көрүнүштөрдүн курамынын эпкинин, алар илгерилеген жолдун изи энчилүү адам аттарынан, алардын ымыркайларга ыйгарылышынан,

берилишинен да кеңири байкаса болот, ошондой эле бул жагдайдагы маалыматтар бул оюубузду тастыктап турат. Мындан улам балага ысым ыйгарууда өзгөчө маани берилип, баланы тарбиялоодо да педагогиканын башаты катары кабыл алабыз. Натыйжада, балага энчилүү ат коюуда төмөндөгүдөй этнографиялык жагдайлар эске алынышы зарыл:

1. Балага ат коюуда кандай принциптер сакталышы шарт?
2. Балага ат коюуга кимдер катышат?
3. Балага кандай ат коюшат?
4. Баланын аты качан жана эмне үчүн өзгөртүлөт?

Демек, лингвопсихологиялык жана педагогика-этнографиялык жагдайларга, нормаларга ылайык, ошолордон улам келип чыккан энчилүү ат берүүдөгү салт-санаалар менен алганда түшүндүрмөлөр төмөндөгүдөй болуп бөлүнөт:

1. Балага ат коюуда кандай принциптер сакталышы шарт?

Кыргыз тилинде, анын ичинде кыргыз тилинин диалектилери

менен айтылыштарында, ошондой эле кыргыз антропологиясында кишиге энчилүү ысым ыйгарууда:

- а) коомдогу, ошол мезгилдеги педагогикалык багыт;
- б) үй-бүлөдөгү, чөйрөдөгү психологиялык жагдай;
- в) жашоодогу, турмуштагы социалдык абал, факторлор эске алынат.

Элдин эстетикалык-этикалык талаптары эске алынуу менен төмөндөгүдөй принциптер сакталат:

- 1) көзү тирүү туугандарынын аттарын жаңы төрөлгөн балага бербөө¹;
- 2) оорукчан (ден-соолугу начар болуп төрөлгөн балага) ымыркайга ал айыкканга чейин ысым ыйгарбоо²;
- 3) айылдагы же туугандарынын арасында тартиби жок, жүрүм-туруму начар адамдардын ысымын

ымыркайга бербөө жана башка ушул сыяктуу.

2. Балага атты кимдер коюшат?

Кыргыздарда наристеге энчилүү атты ата-бабалардын салты катары:

- 1) ымыркайдын чоң ата, чоң энеси;
- 2) урмат-сыйга татыган, абройлуу кошуна-колондор;
- 3) айылдагы кадыр-барктуу кишилер;
- 4) наристенин аяш ата, аяш энелери;
- 5) сыйлуу коноктор;
- б) айыл молдосу.

Андан кийин, же болбосо, экинчи кезекте турган ысым ыйгаруучулар (айрым учурларда биринчи кезектегилер менен барабар) төмөндө көрсөтүлгөндөр эсептелишет:

- 7) баланын киндик энеси же аялдан төрөттү кабыл алгандар;
- 8) аялдан төрөттү кабыл алган медайым;

¹ Көзү өткөндөн кийин ошол көзү өткөн тууганынын атын жаңы төрөлгөн наристеге берилиши кыргыз тилинин түштүк-чыгыш диалектилеринин аймагында жолугат. Мисалы, айгерим, Абдылдабек, Муса, Курманжан, ж.б.у.с. ысымдар бир канча жолу кайталанган.

² Айрым бир жерлерде, мисалга, Лейлек районунун Кара-Булак айылында жашаган

карыялардын айтымы боюнча, бала төрөлүшү менен эле ага күчтүү (мисалга, Балтабай, Жолборс деген ысым ыйгарылса), ал ошол энчилген ат менен жашоодо тез торолот. Башка жактарда мындай ишеним, пикир же аракеттер жолуккан эмес.

9) айылдагы дубана.

Ушул жерде кыргыз элинин улуу эпосу “Манаста” анын баш каарманы манаска энчилүү ат коюудагы эпизодду мисалга тартуу зарылчылгы бар:

1. Карыганда бир мерсент (перзент- Н.К.),

Бай Жакып бала көрүптүр,

Ат коюучу кези бар,

Кыпчактардан Байжигит,

Кыргыздардан Эламан,

Анжияндык Куртка чал,

Арасында каракожо бар.

2. Нойгуттардан Акбалта,

Ногойлордон Эштек бар,

Түрк уулунан Абдылда,

Өзүбектен Дамулда,

Өзүлөрү олтурду,

Катагандан Мунарбий,

Карк алтын-дилде сарпай кий,

Ак сакалдан алтооң кийин.

3. Кара сакал, кер мурут,

Калгандарга бирден тон,

Үч сарпайды чыгарды,

Үлкөндөргө ыйгарды,

Кийген тону жарашты,

Бири-бирин карашты,

Бай Жакып баланы алыптыр,

Этегине салыптыр,

Ээрчий басып Чыйырды,

Эки кымкап алыптыр,

Элүү диде – кызыл пул,

Колуна кармап салыптыр.

4. “Ат коюңар!” – деп айтып,

Аксакал Жакып көп айтып,

Көптүн келди кашына,

“Ат асмандан дечү эле,

Жакшы ат коер бекен?” – деп,

Көзүн салып бай Жакып,

Аяк менен башына.

5. Олтурган эрлер дегдеди,

Оозуна бир ат келбеди,

Ат кое албай алдырап,

Акылмандын баарысы,

Карап турду жалдырап.

6. Ак үлөлүү дубана,

Асасы колдо шалдырап,

Кайдан келди жан билбейт,

Пайда болду дубана,

Байкап көрдү буларга:

Сонундап тонду кийипсиз,

Барбы мында жумушуң?

Баарың бирдей сабыркап,

Кандай токтоп турушуң?

Айтыңызчы угайын,

Оболу сизден сурайын, -

Дубана жооп сурады,

- Бердике берди жообун.
7. “Ат коюп бермең балага
Алар элең дубанам,
Бул адамдардын сообун!
Бабасы Бакыр кан, деди -
Жакып деген бу киши,
Баласыз жүргөн жан-деди, -
Жерге сыйбайт малы көп,
Коюп берсең бир жакшы ат,
Кубангандай асман-көк,
Жеткен элүү жашы-деп, -
Ат кое албай көпчүлүк,
Камалып турган тушу” – деп,
Бердике сүйлөп салганы.
8. “Берген болсоң уруксат,
Мен коеюун атын”-деп,
Адамдын баары чуу этти,
Баш жагына “мен” келсин, -
Байгамбардын сүрөтү,
Ортосуна “нун” келсин,
Олуянын сүрөтү,
Аягына “сен” келсин, -
Арстандардын боруму.
9. Арты кайда кетти экен,
Ал үчөөнүн оруну?”
Окуп билди “Манас” –деп,
Оозуна келди шондой кеп,
Ат коюлду “Манас” –деп,
“Алла-таала сактасын,
- Ар балаадан калас!” –деп,
Бата кылды баарысы,
Жашы менен карысы.
“Аты жакшы болду” –деп,
Айтканга көңүл толду деп,
Ата-энеси кубанды.
10. Алып турган энеси,
Алтындуу кымкап-буларды,
Жаба салды дубана,
“Алдым дагы бердим” –деп,
Алиги көргөн дубана,
Кайта берди буларга,
Катагандын Урмат бай,
Карыясы алганы,
Кашкардын Калматакунга,
Тондун бири калганы.
11. Кабар ал ушул сөзүнөн,
Карап турган дубана,
Кайып болду көзүнөн,
Ат коюлуп, той тарап,
Жер-жерине кеткени...
- (Манас. –М., 1984, -1-китеп. 66-68-б.)
- Бул китеп Сагымбай Орозбаковдун айтуусу боюнча басылган). “Манас” эпосунун келтирилген үзүндүлөрүнөн төмөндөгүдөй көрүнүштөргө назар түшөт:

1) балага ат коюу ата-эне үчүн өтө жооптуу милдет экендиги;

2) ал милдетти көрүнгөн эле адам өз мойнуна албай тургандыгы (ошол эле учурда ал милдетти коомчулук көрүнгөн эле кишиге жүктөй албастыгы);

3) ымыркайга энчилүү ысым ыйгаруу салты ар дайым наан-шөкөттүү жагдайда, салтанаттуу маанайда өтө тургандыгын;

4) ат коюу актысына журт башчылардын дээрлик бардыгы катыша тургандыгын;

5) бала ат коюп берген адам материалдык кызыкчылык менен сыйланарын жана башка ушул сыяктуу көрүнүштөр байкалат.

Жогоруда келтирилген үзүндү-мисалдар балага энчилүү аттарды коюу салттарынын өткөн бир нече доорлор ичиндеги көрүнүштөрдүн трансформацияланышын, транслитерацияланышын жана манифестацияланышын көрсөтөт. Аны чечмелей турган болсок:

а) үй-бүлө көпкө чейин перзенттүү болбой балалуу

болгондо, алардын ымыркайына энчилүү ат коюу салты;

б) тентип жүргөн, кокустан пайда болгон, ыйык адамдардын аларга ысым ыйгарышы;

в) жакшынакай ысым берүү, энчилүү ат коюу баланын келечек өмүрү, жашоосу менен байланыштуу деген идея;

г) жаңыдан төрөлгөн наристеге өмүр боюу алып жүрө турган түбөлүктүү ысым ыйгаруу салтын келечек муундар тарабынан улантуу салты;

д) мусулман-араб алфавитинин – (жалаң үнсүз тыбыштардын жазылышын, зарылдыгына жараша алардын (үнсүз тыбыштардын) ортосуна үндүү тыбыштарды аралаштырып окуу системасы;

е) Теңирге (көккө - асманга) сыйынуу (“Ат асмандан дечү эле”) дегендей салттардын колдонгондугун байкайбыз.

Эпостон алынган үзүндүлөрдөн байкалгандай, энчилүү аттарды коюу аракеттери бир четинен өтө татаал, экинчи жагынан өтө олуттуу жана жооптуу экендиги кыргыз

элинде байыртадан салтка айланып, андан да башка кээ бир түрк тилдүү элдердеги ушундай аракеттер менен жуурулушуп тургандыгы маанилүү.

Илимий изилдөө маалыматтарындагы салттар тууралуу окумуштуулардын жазганына караганда, бир аз өзгөчөлүктөрү менен элдин ичиндеги диалектилик, говордук айырмачылыктар ошол тектеш элдердеги өзгөчөлүктөр менен дал келгендигин изилдөө иштери алдыда. Мисал катары, кыргыздардын түштүк диалектилеринде (өзгөчө башкаларга салыштырмалуу түштүк-батыш диалектиде) ислам дини бир аз тереңирээк тамырлашып, ага ылайык алардын антропонимиясында мусулман динине байланышкан ысымдар көбүрөөк тараган жана андай ысымдар түштүк-батышта активдүүрөөк колдонулуп келет.

Кыргызстан эгемендигин алган кийинки отуз жылдыкта кыргыздар мусулман ысымдарын жана адеп-ахлакка, динге байланышкан ысымдарды жалпы колдонууга ыктагандай сезилет. М.: Аяна,

Имран, Али, Раяна, Ыйман, Сумая жана башка ушул сыяктуулар. Бул маселеде кийинки учурларда жогорку билимдүү, окумуштуу дин аалымдарынын эл арасында жүргүзүп жаткан түшүндүрүү жана билим берүү жаатындагы иштери таасир берип жаткандай. Демек, кыргыз адам аттарына диалектилик өңүттөн алып караганда антропонимия илимин изилдөөдө мамиле бир топ критерийлерди эске алуу менен жүргүзүүнү шарттайт.

3. Балага кандайча ат коюшат?

Кыргызда балага “жеңил” же “оор” ысым берилиптир, ошондой эле “жакшы” же “жаман” ат коюлду деген элдик түшүнүктөр бар.

“Жеңил” ат дегенде эл баланын өмүрүнө шериктеш, жашоосунда жеңилдиктер коштогон, тоскоолдуктарсыз, көп кылымдардан бери эл арасында колдонулуп келе жаткан антропонимди түшүнөт. Ушул эле түшүнүккө жакын мааниде “жакшы” ысым дегенди да колдонушат, бирок, “жакшы” ысымдын кошумча мааниси эркелетүү,

жакшы көрүү сезимдери менен коштолуп, байланышкан. Андай аттардын тобуна Тентекбай, Жакшылык, Думана, Кедей, Кулболот жана башка ушуга окшогон ысымдар кошсок болот. Мындай аттар келечектүү, “перспективалуу” ысымдар катары эсептелинет. Алардын мындай ой-максат менен коюлушу биздин изилдөөлөрдүн жүрүшүндө Кемин жана Лейлек райондорунда катталган.

“Жаман” деген түшүнүк кийинчерээк пайда болгон тарыхый категория. Мисалга, азыркы муундагылар (Бокчу, Бокчубай), (Аккатын, Катынча) деген лексикалык өзөктөргө байланышкан ысымдарды кабыл алышпайт. Ошондуктан, өлкөдөгү экономикалык, социалдык өнүгүүнүн шарапаты, дүйнөлүк цивилизациянын таасири менен азыр адамдар жогорудагы “жаман” аттар менен коштошушкан. Дегеле, мындай категориядагы аттарды кыргыздын фамилияларында эскиден коюлган аттардын катарында жолуктуруп келебиз, бирок, алар

орусташтырылып “ө”, “ү” алынып салынган формада кездешет.

М.: Кутанов деген фамилия. Кыргызчасы кандай боло тургандыгы баарыбызга маалым.

Элибиз “оор” ат дегенде жаңыдан жарык дүйнөгө келген ымыркайга улуу кишилердин энчилүү аттарын ыйгарбоону түшүнөт. Башкача айтканда, балага оор ат койбогондун себеби, ал бала чоңойгондо ошол өзүнүн энчилүү аты байланышкан (аты энчиленип берилген) кишидей белгилүү адам болбой калса, же ошол адам жасагандай эрдик, чоң иш же таланттуу болбой калса, ал баланы чарчатып коет деп эсептелинет. Буга далил катары Жалал-Абад облусунун Сузак районундагы Архангельский айыл кеңешинин Сары-Булак айылында жашаган Жоошбаев Миртемирдин атынын коюлушу мисал болуп бере алат. XIV-кылымдарда жашаган Ортоазиялык мамлекеттик ишмер, кол башчы Амир Темирдин (1336-1405) атын жогоруда аты аталган жигитке ыйгарууну эп көрүшөт. Балага ат

коюу салтанатына катышкан адамдардын бири “ымыркай чоңойгондо Амир Темирдей белгилүү боло албай кала турган болсо, бала аябай кыйналып калышы мүмкүн, ошого байланыштуу сунуш кылынган энчилүү аттын башкы “а” тыбышын алып салып, Миртемир деген ысымды сунуштайт”. Натыйжада, айтылган сунушту олтургандардын баары колдошуп, баланын жогорудагы аты ыроолонот. Кийинки мезгилдерде мындай көз караштар өтө эле сейрек кездешип, колдонуудан чыгып бара жаткандыгы байкалат.

4. Баланын аты качан жана эмне үчүн өзгөртүлөт?

Кыргыз тилинде, анын диалектилеринде жана говорлорунда балага энчиленип коюлган ысым өтө эле бир зарылчылыгы болбосо, (ал адамдын өмүрү өткөнчө) өтө сейрек кездешет, андай учурлар иштин изилдөө учурунда бир райондон эки адамда кездешти, бүгүнкү күндөрү Бишкек шаарында балага энеси өз атын атасынын атынын ордуна берген учур

катталган. Мамлекеттик актыларда жана мыйзамдарда андайларга жол берилбегендиктен, учурда соттук териштирүүлөр жүрүүдө. Лейлек районунда катталган өз атын өзгөртүү эки жолу өткөн кылымдын токсонунчу жылдарында төмөндөгүдөй жагдайларда болуп өткөн:

Биринчиси, эгерде кыз бала турмушка чыгып, ал келин болуп келген үй-бүлөдө жакын кайын туугандарынын биринин аты менен өз аты окшош болуп калса, ал учурда келген келиндин аты өзгөртүлөт. Ал үчүн келген келиндин кайын атасы менен кайын энеси демилге көтөрүп, өз келинен уруксат алып жана элге себебин түшүндүрүү менен ал келиндин атын өзгөртөт. Мисалга, Баткен облусунун Лейлек районунун Кара-Булак айылында Жолдошева Кыймат (1947) деген кыз бала, Сүлүктү шаарынын Кош-Булак айылына келин болуп барат. Кайын журтунда дагы эң кичинекей кайын сиңдиси аты да Кыймат (Момунова) болот. Ошондо келиндин кайын атасы менен кайын энеси келинине

Созул деген жаңы ысым ыйгарышат. Ошентип бул болуп өткөн окуяда, ат өзгөртүү актысында эл ичинде колдонулган тергөө салты колдонулган.

Экинчиси, эгерде жаңыдан жарык дүйнөгө келген ымыркай (айрыкча энилүү ат алгандан кийин) кайра-кайра ооруй берсе, Андай учурда энчиленип (азан айтылып³) коюлган атын элдин катышуусу менен өзгөртүшкөн. Мисалга, Лейлек районунун Тогуз-Булак айылында жашашкан Маннан (күйөөсү) менен Санабар (аялы) Кудайбердиевдер алгачкы перзенттүү (тунгуч уулдуу) болушат да, атын Жанжигит коюшат. Төрөлгөн ымыркай энчилүү ысым алгандан кийин кайра-кайра ооруп баштайт. Ошондо ымыркайдын чоң атасы менен чоң энеси (Маннандын ата-энеси) Эргеш ата менен Зымырат эже неберсинин атын Тыныбек деп өзгөртүшөт. Муну менен алар алар

Литература

1. Абдуллаев Э., Мукамбаев Ж. Кыргыз диалектологиясынын очерки. – Фрунзе: Кыргызокуу-педмамбас, 1959. – 195 б.

ыйгарылган ысым аркылуу бала өзүнүн минип жүргөн атындай өмүр бою жашайт деген тилекти ишке ашырышкан.

Жогоруда талданган мисалдардан көрүнүп тургандай, адам аттарынын, ысымдардын (антропонимдердин) коюу себептеринин бир бөтөнчөлүгү – адамга энчиленген ысым анын өмүрлүк жолдошу деген ой менен тыгыз байланышкан жана ал энчилүү ысым аркылуу ал адамдын жашоосу уланып, турмушу, өмүрү узак болот деген идеяга такалган. Ал барып өз кезегинде лексиалык-семантикалык мааниге, андан ары мотивацияга, антропонимизацияга байланышат. Ушундан улам антропонимдердин тарбиялык маанисинин өтө кеңири жана бири-бирине сиңишип, масштабдуу жана ар дайым кыймылдагы абалда экендигинен шек санабайбыз.

2. Абдуллаев Э., Бакинова Г., Бейшекеев Н. Өзбекстандагы кыргыздардын тилиндеги өзгөчөлүктөр. – Фрунзе: Кыргыз ИАнын басмасы, 1962. – 226 б.
3. Абдуллаев Э., Бакинова Г., Кондучалова С., Сыдыков С. Тянь-Шандык кыргыздардын тилиндеги өзгөчөлүктөр. – Фрунзе: Кыргыз ИАнын басмасы, 1960. – 124 б.
4. Абрамзон С.М. киргизы и их этногенетические и историко-культурные связи. Л.: Наука, 1971. -404 с.
5. Арбо-персидские источники о тюркских народах: (сб.статей)/Отв. Ред. О.Караев. -Фрунзе: Илим, 1973. -124 с.
6. Бакинова Г. Лексика диалектов кыргызского языка в ареальном освещении. –Фрунзе: Илим, 1990. -88 с.
7. Гафуров А.Г. Лев и Кипарис: О восточных именах. –М.:Наука, 1971. - 240 с.
8. Жапаров Ш.Ат коюу//Үй тиричилигинин кыскача энциклопедиясы. – Фрунзе. –Фрунзе, 1989д. -567-568 б.
9. Жапаров Ш. Традиции и инновации в киргизской антропонимии // Исследования по киргизскому языкознанию. –Фрунзе, 1987. -с. 98-105.
- 10.Казыев Н.К. “Манас” эпосундагы антропонимдик катмарлар жана алардын чыгармага катышы// “Манас” эпосу жана дүйнө элдеринин эпикалык мурасы - Бишкек, Эл Агартуу, 2000., май/.
- 11.S.Caparov., N.Kazyev. Manas destaninleki adam isimleri. / Turkiye, Eskisehir, 1995/
- 12.Казыев Н.К. “Манас” эпосундагы лексикалык тарыхый катмар жана ономастикалык трансформация. “Манас” эпосунун 1000 жылдыгына карата. Республикалык илимий конференциянын докладдары – Бишкек: КМПУ, 1994. -60-66-б.
- 13.Малов С.Е. Памятники древнетюркской письменности Монголии и Киргизии. –М.:; Л.: Изд-во АН СССР, 1959. -111 с.
- 14.Мусаев К.М. Лексикология тюркских языков. –М.: Наука, 1975, -358 с.
- 15.Орузбаева Б.О.Сөз (Слово). –Бишкек: Илим, 1994. -260 б.

УДК: 070.1.13.133

Сыдыкова Н.С.

**КЫРГЫЗСТАНДЫН ЛИДЕРЛЕРИНИН ИМИДЖИН ТҮЗҮҮДӨ
ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ КОЛДОНУУ**

*Ж.Баласагын атындагы КУУнун журналистика факультетинин мезгилдүү басылмалар
бөлүмүнүн саясий журналистика факультетинин магистранты*

Сыдыкова Н.С.

**ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В СОЗДАНИИ ИМИДЖА
ЛИДЕРОВ КЫРГЫЗСТАНА**

*магистр политической журналистики, кафедра периодических изданий, факультет
журналистики, Кыргызский национальный университет имени Ж. Баласагына*

N. S. Sydykova

**THE USE OF TECHNOLOGY IN CREATING THE IMAGE OF THE
LEADERS OF KYRGYZSTAN**

*Master of Political Journalism, Department of Periodicals, Faculty of Journalism, Zh.
Balasagyn Kyrgyz National University*

Аннотация: Коомчулук менен байланыштын негизги функциясы - бул башкаруу, коомдук аң-сезимди манипуляциялоо, б.а. мамлекеттик башчылардын ишинин ийгилиги үчүн жагымдуу тышкы жана ички социалдык, экономикалык, саясий, психологиялык чөйрөнү түзүү. Бул стратегиялык максатка жетүү мамлекеттик башчылардын социалдык чөйрө менен болгон мамилесин камсыз кылмайынча мүмкүн эмес: керектөөчүлөр, өкмөт, маалымат каражаттары жана кызматкерлер. Макалада мамлекет башчыларынын образын, имиджин түүзүүдө пиар технологиянын колдонулушу жөнүндө сөз болот.

Ачкыч сөздөр. *Пиар; имидж; саясий лидер; маалымат; жарнама; массалык маалымат каражаттары.*

Аннотация. Основная функция связей с общественностью - управлять, манипулировать общественным сознанием. Создание благоприятной внешней и внутренней социально-экономической, политической и психологической среды для успешной деятельности глав государств. Достижение этой стратегической цели невозможно без обеспечения связи глав государств с социальной сферой: потребителями,

государством, СМИ и работниками. В статье рассматривается использование PR-технологий в создании имиджа глав государств.

Ключевые слова: пиар; имидж; политический лидер; информация; Реклама; СМИ.

Abstract: The main function of public relations is to manage, manipulate public consciousness. Creation of a favorable external and internal socio-economic, political and psychological environment for the successful activities of the heads of state. Achieving this strategic goal is impossible without ensuring the connection of the heads of state with the social sphere: consumers, the state, the media and employees. The article discusses the use of PR-technologies in creating the image of heads of state.

Keywords. PR; image; political leader; information; Advertising; MEDIA.

КИРИШУУ. Пиар англис сөзү. Public Relations сөзүнүн баш тамгаларынын окулушу – PR. Мааниси коомчулук менен байланышуу дегенди түшүндүрөт. Тарыхчылар биринчи жана экинчи дүйнөлүк согушта пиардын пропаганда сыяктуу элементтери колдонулган дешет. Кыргыздарда пиардын элементтери өтмүштө, хандардын тушунда колдонулган. Мисалы, илгери бай-манаптарды жандап жүрүп, анын жасаган иштерин жайылткандар болгон. Өзгөчө той-маарекеде мактоо, жактоо ырларын ырдашкан. Кыргыз пиары сөздөн башталганы кандай кызык.

Адамзат коому да коомдук мамилелердин тарыхы сыяктуу эле байыркы. Жалпыга маалымдоо каражаттарына байланыштуу болгон пиар менен байланышуу зарылчылыкты жараткан.

Алгач пиар мамлекеттик деңгээлде кызмат кылган өлкө башчыларына карата колдонулган. Мамлекет башчылары глобалдык маселелердин чечилишинде пиар материалдарын таркатышкан. Ушул кезге чейин бул ыкма колдонулуп келет. Пиар – бул бир эле учурда илим жана искусство. Ал ар кандай адистердин – психологдордун, социологдордун, экономисттердин, журналисттердин жана эң башкысы мамлекет башчыларынын ишин

жүргүзүүдө колдонулат. Мамлекет башчылары мамлекеттик саясатты, мамлекеттик идеяларды жүргүзүүдө жана өнүктүрүүдө пиар технологияларын иштеп чыгышы керек. Массалык маалымат каражаттары пиардын сүйүктүү куралы. Мамлекет башчысы ММК менен тыгыз байланышта иштөөсү зарыл маселелерден.

Коомчулук менен байланыш технологиялары жана анын структурасы. Коомдук пикир демократиялык коомдо абдан маанилүү ролду ойнойт. Бул учурдагы жарандык коомдун эң маанилүү куралына айланып калды десек да болот. Ошондой эле ар кандай социалдык топтордун негизги кызыкчылыктарын, алардын коомдук системаны башкарууга тийгизген таасирин билдирүүнүн абдан эффективдүү жолуна айланган мезгили. Көптөгөн изилдөөчүлөрдүн пикири боюнча, коомдук пикир - бул коомдун төртүнчү күчү. Ал маалымат каражаттарына негизсиз берилген, төртүнчү бийликти

билдирбейт, бирок анын каражаттарынын жана көрүнүштөрүнүн бири гана болуп калды.

Пиар азыр ар кандай шайлоо өнөктүктөрүнүн кеңири таралган технологиясына айланып баратат. PR технологиялары кадимкидей, үзгүлтүксүз жана күнүмдүк баарлашуу иштерине өтүүдө, адамдардын жана уюмдардын тажрыйбасынын бир бөлүгүнө айланып баратат. Мындай имидж технологияларынын максаты – баанын эмес атаандаштык аркылуу товарлардын жана кызматтардын башкарылган имиджин түзүү болуп калды.

Ошондуктан, аларды колдонуунун аймактарына жана объектерине, милдеттерине, функционалдык максатына, таасир этүү ыкмаларына жана ишке ашыруу механизмдерине ылайык ишке ашырууну сунуштаган коомдук реляциялык технологияларды классификациялоо маанилүү экендиги айтылып келүүдө.

Коомдук мамилелердин функциясы, социалдык башкаруунун

элементтеринин бири катары адамзат тарыхында болгон. Коомчулук менен байланыш кызматтары Байыркы Чыгышта, Египетте, Грецияда, Римде жана башка жерлерде түзүлгөн. "Пиар" сөзү биринчи жолу 1807-жылы АКШнын президенти Томас Джефферсон тарабынан Конгрессте жетинчи кайрылуусунда айтылган.

Иштин жана илимдин "пиарынын" көз карандысыз түрүнүн пайда болушу XX кылымдын башына туура келет. 1900-жылы эле Америка Кошмо Штаттарынын Гарвард университетинде жарнак бюросу колдонулган. Ал эми Пенсильвания университети 1904-жылы өзүнүн жарнак кеңсесин негиздеген. Биринчи ири коомчулук менен байланыш бюросу 1912-жылы Американын Телефон жана Телеграф Ассоциациясынын алдында түзүлгөн. 1918-жылы коомчулук менен байланыш курсу Иллинойс университетинин, 1922-жылы Нью-Йорк университетинин программасына киргизилген. 1923-жылы Фрейддин жээни Э.Бернауз пиар менен

байланышкан "Коомдук пикирдин кристаллизациясы" аттуу биринчи китебин чыгарган. 1930-жылдардын башында АКШда коомдук мамилелер көз карандысыз башкаруу функциясы катары пайда болгон, ал өлкөнүн ири компанияларында кеңири тараган.

Бүгүнкү күндө АКШнын 5400дөн ашуун компаниясынын коомчулук менен байланыш бөлүмдөрү бар. Азыр Кошмо Штаттарда 5080ден ашык пиар агенттиктери жана 9000ге жакын коомчулук менен байланыш боюнча адистер бар. Бул кызмат 250 миң жарнамачыга, 150 миң пиарга, 130 миң журналистке кызмат кылат. Ал эми Американын эки жүздөн ашуун университеттеринде жана колледждеринде сабак катары кирген. 1948-жылы АКШда коомчулук менен байланыш коому түзүлгөн.

Пиар - бул башкаруунун куралы, анын башкы стратегиясы - ишенимди жогорулатуу, анын так чектери жана аудиториясынын дареги жок. Албетте, объективдүү фактылык маалыматтын негизинде

конфиденциалдуу байланышка чакырууну жалпы теңчилик жана бир туугандык идеялары менен салыштырууга болот. Бирок коомдун үстүнөн көзөмөлдү күчөтүү каалоосу, анын имиджинде туруктуулукка жана социалдык шайкештикке умтулуу болуп саналат. Ошол эле учурда, коомдук релиз маркетинг менен тыгыз байланышта. Батыш өлкөлөрүндө коомчулук менен байланыш "продукт", "баа", "илгерилетүү" менен бирге маркетинг миксинин элементинин бешинчи элементи катары баса белгиленет. Продукцияны (продукцияны, кызматты) жылдыруу негизинен керектөөчүлөр тарабынан жүргүзүлөт. Пиар маселелеринин абдан маанилүү жана актуалдуу диапозону уюмдун, анын айрым лидерлеринин жана кызматкерлеринин имиджин камсыздоого, ошондой эле имиджди көтөрүүгө, аны стабилдештирүүгө жана төмөндөп кеткен учурда дароо чара көрүүгө багытталган.

"Имидж" түшүнүгүн заманбап психологдор жана пиар-менеджерлер жасалма имидж катары

колдонушат. Имиджин мүнөздөөмөлөрү ар кандай иерархиялык деңгээлде болушу мүмкүн жана ар кандай кырдаалда, өзгөчө стандарттык эмес жагдайларда башкача көрүнүшү мүмкүн. Кээде сүрөттү кабыл алуу жагынан башка адамдар гана көрүшөт, бул учурда алуучулардын өзгөчөлүктөрүнө жараша сүрөттүн түрдүү аспектилерин айырмалоого болот.

Белгилей кетчү нерсе, пиар - ошол эле учурда белгилүү бир иш менен алектенген ишкананын жалпы абалын чагылдырган жарнак каражаттарынын бири. Мындай маанилүү өзгөчөлүктү эске алуу маанилүү: пиарлар продукцияны эмес, компанияны эмес, рынокту эмес, коомду алдыга жылдырууга багытталган. Коомчулук менен байланыш продуктту дароо сатууга байланыштуу эмес. Бул узак мөөнөттүү жарнак. "Пиар" фразасы түзмө - түз социалдык пиарды билдирет. (Имидж лидера: психолог. пос. для политиков.)

Коомчулук менен байланыш технологияларын салттуу жарнак

технологиялары менен чаташтырбоо зарыл. Бирок алардын ортосунда эч кандай тоскоолдук да, байланыш да жок жана алар коммуникативдик таасирдин окшош каражаттарын, ыкмаларын колдонушат. Айырмачылык бул технологиялардын маңызында.

Коомчулук менен байланыш (ПР) технологиясы - маалымат алуучу жана аналитикалык аракеттер системасы, анын принциби реципиентке карата чынчыл урматтоо мамилесине негизделген саясий максаттарды ишке ашырууну камсыз кылуу болуп саналат. Жалпысынан алганда, бул технологиялар алдамчылыктан жана фактыларды бурмалоодон толугу менен баш тартууга багытталган реципиент менен коммуникатордун ортосунда кайтарым байланыш бар. Бул принципалдуу мамиленин аркасында ПР технологиялары реципиенттерге саясий маселелерди ар тараптуу түшүндүрүүгө, алардын көзүндө коммуникатордун позитивдүү имиджин (образын) түзүүгө, пландаштырылган иш-чараларды ишке ашыруу

үчүн жагымдуу социалдык атмосфераны камсыз кылууга багытталган. Анткени маалымат рыногунда жүрүм-турумдун мындай туруктуу тармагы адамдардын аң-сезимдүү иш-аракет кылууга үндөп, саясий окуяларга туруктуу багытын калыптандырууга алып келет. Ошентип, коммуникаторлор менен саясий лидерлердин ортосундагы көптөгөн тоскоолдуктар жоюлган. Анын натыйжасында катардагы жарандар саясий процесстерге активдүү жана ырааттуу катышып, чечимдерди кабыл алууга жана аткарууга милдеттүү экендиги аныкталган.

Ал эми төмөнкү маалымат алмашууга негизделген мисалдар пиардын принциптерин аныктайт, алар:

- маалыматтын ачык айкындуулугу;
- коммуникатор менен алуучунун өз ара пайдасы;
- коомдук пикирге таянуу;
- коомчулукту урматтоо.

Пиардын кичи системалары менен айырмачылыктары ага тиешелүү технологиялык каражаттары

жана идеологиялык максатта аракеттерин чагылдырат. Алар:

- маалыматтык өзгөрүүлөрдү уюштуруучулук өзгөрүүлөр менен интеграциялоо;
- маалыматтандыруунун адилетсиз ыкмаларын минималдаштыруу;
- консенсуалдык технологияларга басым жасоо;
- саясий акцияларды милдеттүү түрдө маалыматтык даярдоо;
- контрагенттердин ишин контролдоо;
- түшүндүрүү жана аракеттерди оңдоо;
- коомдук пикирге зыян келтирүүчү аракеттерди алып салуу;

Мына ушуга окшогон башка универсалдуу ыкмалар жана жол - жоболор боюнча көрсөтмөлөр берилет.

Саясий пиардын милдети - бир жагынан мамлекеттик жана саясий органдардын, экинчи жагынан

коомдун ортосундагы жемиштүү мамилелерди түзүү. ПР - бийлик менен элдин ортосундагы мамилени жөнгө салуучу, мыйзамдын үстөмдүгүн камсыздоочу (коомдук таануу) жана бийликтин жагымдуу образын жаратуучу механизм. Саясий партиялар ишеним көрсөтпөсө, шайлоочулардын колдоосуна ээ боло албайт.

Коомчулук менен байланыш системасынын коомдук технологияларды башкаруучу элемент катары өзүнүн технологиялары жана таасир этүү каражаттары бар. Аларга төмөнкүлөр кирет:

- көзөмөл объектинин абалы жөнүндө маалыматты чогултуу, иштеп чыгуу жана талдоо;
- социалдык максаттуу топтордун аң-сезимине жана маанайына таасир берүү үчүн максаттарды иштеп чыгуу;
- коомдук аң-сезимге жана адамдардын маанайына таасир этүү формаларын аныктоо жана колдонуу;

- имидж түзүү жана саясий кеңеш берүү;
- жалпыга маалымдоо каражаттары менен иштөө;
- коомдук пикирди "пиар" ишмердүүлүгүндө кайтарым байланыш катары изилдөө.

PR технологияларынын классификациясы

- *Ак пиар.* Бул Сэм Блэктин эмгеги - түшүнүү искусствосу, маалыматтын ачыктыгы, шартсыз маалыматтык себептер. Көптөгөн орусиялык эксперттер бул батыштык мамиле бизде натыйжасыз деп эсептешет. Башкалар Пафоско каршы сүйлөйт.
- *Кара пиар.* Бул эң кыйын терминдердин катарына кирет. Анын чыныгы мааниси дагы деле бош комментаторлор тарабынан гана эмес, рыноктогу эң абройлуу эксперттери тарабынан дагы кызуу талкуунун предмети болуп саналат. Кээ бирөөлөр кара пиар массалык маалымат каражаттарына "заказ" берип же "блокировка" үчүн акча

төлөй турганын түшүнүшөт. Башкалар үчүн кара пиар - бул кара акча менен төлөнүүчү пиардын бардык түрү кирип кетет деп ойлошот. Бирок, бул жерде эң жакшы түшүндүрмө накталай акча жөнүндө эмес, "жалаа" жөнүндө сөз кетип жатат. Башкача айтканда, жалган жана терс маалыматтарды берүү менен биргеликте ишке ашат. Эгерде кимдир бирөө акча үчүн ММКда өзүн мактаса, бул кара пиар эмес. Эгерде бизнес же саясий структуралар атаандаштар менен алектенсе, анын аброюна шек келтирүү караңгы пиар болуп эсептелет. Ал эми кара пиар дайыма эле "заказ берүү" дегенди билдирбейт. Алар муну "буйруксуз" жасай алуу деп түшүндүрүшөт. Белгилүү кайталоолор - талапкерлерден вебсайттарга чейин жана классикалык жол менен, душмандын талапкерлеринин баракчаларын, машиналардын терезелерине жайгаштыруу жана башка бирөөнүн атынан болсо да, расмий билдирүүлөрдүн коммерциялык рубрикаларында жарыялоо.

- Өзүнчө каралышы керек болгон дагы бир маселе "кара пиар" деп аталат. Аларды маалыматтык жана психологиялык согуш ыкмалары катары классификациялоо кабыл алышып, иш алып барууда.

- Биринчиден, "кара пиар" термининин мааниси кээ бир изилдөөчүлөр тарабынан жетиштүү түрдө сунушталбаганын белгилей кетүү керек. Көбүнчө "кара пиар" акыл үчүн күрөшүүнүн ар кандай мыйзамсыз, ышлас ыкмалары менен байланыштуу. Бирок "кара пиар" түшүнүгүн коомдук пикирди өзгөртүүгө багытталган, эсепке алынбаган же мыйзамсыз булактардан каржыланбаган иш катары бир гана чечмелөө туура келет.

- Пиардын бул түрлөрүнүн дүйнөсүндө эч кандай көлөкө болгон эмес.

- *Боз ПР* жогоруда сүрөттөлгөн публикациялардын болушуна же төлөнбөөсүнө жараша ак менен карага бөлүү аркылуу пайда болот. Бул пиар адистери менен ММКнын

же коммерциялык дирекциянын ортосундагы мамиленин каржылык жагы гана аныктайт. Бул сүйлөм аудиторияга таасир этүү технологиясын сүрөттөбөйт. Мындан тышкары, өнөр жай өнүгүүдө бар жатканын чагылдырып берүүсүн камсыздашат. Ак менен боз пиардын айырмасы бара-бара анахронизмге айланат. Заманбап ПР - бул түстөрдүн чыныгы аралашмасы болот.

- *Кандуу ПР*. Бул аныктама 2001-жылдын 11-сентябрынан кийин күчүнө кирген. Бул терроризмдин маалыматтык компонентин сүрөттөө деген мааниде иш алып барат. Коомчулук менен байланыш деген терминде мындай "техникаларга" жайылтуу туура эмес деген пикир айтылып келүүдө. Бирок "террор-журналистика" технологиясынын жалпы адамзат үчүн эффективдүүлүгүн тааныбоо кыйын.

- *Хаки (Khaki PR) ПР*. Жаңжал учурунда душманга маалыматтык таасир көрсөтүүчү кызматты аткарат. Алар аскерлердин

ишмердүүлүгүн, массалык маалымат каражаттарындагы жана калк менен биргеликте аткарылган үгүт иштерин алып барууда колдонулат. Негизги аскердик бөлүктөрдүн көбүндө ар кандай аталыштагы үгүт жана каршы үгүт бөлүмдөрү бар. Адатта, алар өз ишмердүүлүгүн жарнамалашпайт. Башка жагынан алганда, формачан америкалык пиар адистери ачык маалымат саясатын тандап алышты.

- *Сары ПР (Yellow PR)*. Аты скандалдарды, фанатикалык сезимдерди, папарацци, эпосторду жана башка сары журналистиканы колдонуу менен байланыштуу. Бирок, сары пиарды соода белгиси катары каттоодон өткөргөн. Аны орус комикстер корпорациясынын продюсери В.Комаров бул сөз айкашы пиар комикстерди түшүндүрөрүн айтып ага аныктама киргизишкен. Анын айтымында, сары пиар - бул "абалды оң же терс эмес, коомдук окуялар аркылуу байкоо" жүргүзүп, иш алып барышат.

- *Жашыл ПР*. "Greenpeace" кызматкерлеринин жана башка эко-

логиялык уюмдардын мүчөлөрүнүн коомуна массалык жана кээде агрессивдүү таасир тийгизет. Буга көптөгөн мисалдар бар. Бирок, бул термин биздин рынок үчүн дагы бир маанилүү мааниге ээ. Жашыл ПР өзүнүн атын америкалык валютанын түсүнөн алынган. Өсүп келе жаткан базар өзүнүн концептуалдык базасын жакшыртуусу үчүн бул пиардын салымы чоң. Анткени азыркы коом ушуну талап кылып келүүдө.

Саясий технологдун көз карашынан алганда, ПР натыйжалуу же натыйжасыз болушу мүмкүн. Тактап айтканда шайлоо мезгилинде өз натыйжасын көрсөтсө анда саясий пиар өз максатына жеткен болот. ПР-технологиясы мыйзамдын же коомдун адеп-ахлак нормаларынын сакталышы көз карашынан алганда толугу менен таза болушу мүмкүн.

Корутунду. Жогоруда айтылгандардын бардыгын эске алып, биз азыркы дүйнөдө пиардын ролу барган сайын маанилүү болуп баратканын

жана экономиканын, коомдун дээрлик бардык тармактарын камтып, мамлекет башчыларынын мамлекеттик идеологияны жана саясатты жүргүзүүдө ПР технологияларынын орду чоң деп ишенимдүү түрдө айта алабыз.

Заманбап PR технологиясыз эч бир мамлекет башчы, саясий же башка лидер, өкмөт же коммерциялык структура ийгиликтүү иштей албайт.

Пиар – бул байланышты жакшыртуу жана алардын ортосундагы

өз ара түшүнүшүүгө жетүү үчүн коомчулуктун ортосундагы үзгүлтүксүз тышкы жана ички байланыштарды камтыган пиар мамилелер системасы. Мамлекеттик башкарууда пиар иштөөнүн эффективдүү технологиясы катары колдонулат.

Жалпылап айтканда Кыргызстандын мамлекет башчыларынын образын түзүүдө ПР технологиялардын орду чоң экендигин баса белгилегибиз келет.

Колдонулган адабияттар

1. Березкина О.П. Социально-психологические технологии создания политического имиджа. - СПб: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 1997. – 324б.
2. Блондель Ж. Политическое лидерство: Путь к всеобъемлющему анализу. /пер. с фр., под ред. Н.А. Шматко. - М. Sociologos, 1990. – 333 б.
3. Демидов П.А. Государство и корпорация в создании и накоплении социального капитала // Сравнительная политика. 2011. №2. – б.14-19
4. Имидж лидера : психолог. пос. для политиков. М., 1994. б. 115–120.
5. Реклама и связи с общественностью: Учеб. пособие для студентов отделений журналистики / Под ред. А. Д. Кривоносова и М. А. Шишкиной. СПб., 2004. б.76.

6. Потапов Е. PR и Интернет-форумы – мимикрия и симбиоз //Советник.2006. №11. б.30.
7. Орлова Е.А. Формирование позитивного имиджа государственного деятеля: Автореф. дис. ... канд. псих. наук. – М.: Рос. Акад. Гос. службы при Президенте РФ, 2002. – 27 б.
8. Ольшанский Д.В. Политический PR. – М.: Питер, 2003. – 544 б.

УДК: 371.31.

Абдрасулова С.Ж., Абдрасулова Ж.Ж.

Ош мамлекеттик университетинин улук окутуучулары

**МЕДИЦИНАЛЫК ЖОГОРКУ ОКУУ ЖАЙЫНДАГЫ
МАТЕМАТИКАНЫ ОКУТУУНУН АКТУАЛДУУЛУГУ**

Абдрасулова С.Ж., Абдрасулова Ж.Ж.

старшие преподаватели Ошского государственного университета

**АКТУАЛЬНОСТЬ ПРЕПОДАВАНИЯ МАТЕМАТИКИ В
МЕДИЦИНСКОМ ВУЗЕ**

S. Zh. Abdrasulova, Zh. Zh. Abdrasulova.

Osh State University, senior lecturer

**RELEVANCE OF TEACHING MATHEMATICS IN MEDICAL
UNIVERSITY**

Аннотация: Макалада жогорку математиканы окутуу проблемасынын актуалдуулугу талкууланат, медициналык чечмелөө менен математиканын айрым бөлүмдөрүнүн мисалдары каралат. Келечектеги врачтар үчүн математиканы окутуунун сапатын жогорулатуу үчүн, дисциплинаны классикалык окутуудан медициналык практикада математикалык методдорду технологиялык колдонуунун окутуу методдоруна өтүү керек деп жалпыланган. Тилекке каршы, дарыгер кесиби үчүн математикалык даярдыктын канчалык маанилүү экендигине карабастан, анын зарылдыгын кенже курстун студенттери гана эмес, ошондой эле медициналык жогорку окуу жайларынын адистештирилген кафедраларынын айрым окутуучулары да начар түшүнүшөт.

Ачык сөздөр: математика, окутуу, медициналык окуу жайы, абстракттуу ой жүгүртүү, прикладдык мүнөз, ыктымалдуулук теориясы, математикалык статистика, дифференциалдык теңдемелер.

Аннотация: в статье обсуждается актуальность проблемы преподавания высшей математики, рассматриваются примеры некоторых разделов математики с медицинскими интерпретациями. Резюмируется, что для повышения качества обучения математике будущих врачей требуется переход от классического преподавания дисциплины к обучению способам технологического применения математических методов в медицинской практике. К сожалению, при всей очевидной значимости математической подготовки для профессии врача ее необходимость слабо осознается не только студентами младших курсов, но и некоторыми преподавателями специализированных кафедр медицинских вузов.

Ключевые слова: математика, преподавание, медицинский вуз, абстрактное мышление, прикладной характер, теория вероятности, математическая статистика, дифференциальное уравнение.

Annotation: The article discusses the relevance of the problem of teaching higher mathematics, examines examples of some sections of mathematics with medical interpretations. It is summarized that in order to improve the quality of teaching mathematics for future doctors, a transition from classical teaching of the discipline to teaching methods of technological application of mathematical methods in medical practice is required. Unfortunately, despite the obvious importance of mathematical training for the medical profession, its necessity is poorly understood not only by junior students, but also by some teachers of specialized departments of medical universities

Keywords: *mathematics, teaching, medical school, abstract thinking, applied nature, probability theory, mathematical statistics, differential equation.*

Медицина адистигинин студенттерин окутуу программаларында жогорку математика негизги эмес сабак болуп саналат. Бирок, аны изилдөө келечектеги дарыгерлер үчүн өтө маанилүү, анткени акыркы мезгилде саламаттыкты сактоо тармагында математикалык түшүнүктөрдү пайдалануу тез жүрүп жатат. Математикалык моделдөөнүн, талдоонун жана божомолдоонун негизинде көптөгөн жаңы медициналык шаймандар жана жогорку технологиялар пайда болууда. [1, с. 32].

Математикалык методдор менен диагностикалоо, жашоону камсыз кылуу тутумун иштеп чыгуу жана ар кандай биологиялык процесстерди молекулярдык деңгээлде жана бүтүндөй организмдин деңгээлинде, анын тутумдарынын,

органдарынын жана ткандарынын деңгээлинде сүрөттөө үчүн кеңири колдонулат. Математиканы билбесе, таксономия, генетика, медициналык кызматты уюштуруу жаатындагы көптөгөн медициналык маселелерди чечүү мүмкүн эмес. Тилекке каршы, математикалык даярдыктын медициналык кесип үчүн канчалык маанилүү экендигине карабастан, анын зарылдыгын кенже курстун студенттери гана эмес, ошондой эле медициналык университеттердин адистештирилген кафедраларынын айрым окутуучулары да начар түшүнүшөт. [1, с. 50].

Медициналык билим берүү мекемелеринде математиканы окутуунун узак тарыхы жок, бирок И.Канттын "Ар бир табигый илимде математика кандай болсо, ошон-

чолук чындыгы бар" деген оюн эске алсак, чындыгында эле көп табигый илимдерде математиканын элементтери көп пайдаланылат. Медициналык билим берүү мекемелеринде жогорку математиканы изилдөө зарыл жана негиздүү жана бир нече максаттарга жетүүгө өбөлгө түзөт деп эсептейбиз:

- 1) кесиптик билимди өздөштүрүүнүн негизин түзүү;
- 2) медицина жана саламаттыкты сактоо жаатындагы практикалык маселелерди чечүү боюнча көндүмдөрдү өркүндөтүү;
- 3) заманбап жаратылыш таануу, дүйнө таанымын калыптандыруу;
- 4) абстрактуу ой жүгүртүүнү өнүктүрүү жана логикалык талдоо маданиятын калыптандыруу;
- 5) үзгүлтүксүз билим алуу жөндөмүн өнүктүрүү. [1, с. 89]

Биринчи эки максат математиканын практикалык жана колдонмо мүнөзүн чагылдырат. Чындыгында эле, бул илим негизги жана адистештирилген башка сабактарды кабыл алуу үчүн зарыл болгон билимди жана компетент-

түүлүктү алууга мүмкүндүк берет. Медицина адиси үчүн каралып жаткан илимдин практикалык аспектиси, аны керектүү эсептөөлөрдү жүргүзүүгө мүмкүндүк берген технология катары колдонуу мүмкүнчүлүгү эң маанилүүсү. Дарыгер үчүн математик - бул практикалык маселелерди чечүү методдорунун жыйындысы. Саламаттыкты сактоо тармагында иштеген адам колдо болгон маалыматтар менен, математикалык мыйзамдарга ылайык жасалган операцияларды жасашы керек. Ошондуктан, студенттер медициналык тармактагы математикалык маселелерди коюуну жана бул көйгөйлөрдү чечүү үчүн кандай шаймандарды жана кантип колдонууну түшүнүшү керек. [1].

Биологдордун жана дарыгерлердин изилдөө предмети - бул келип чыгышы, өнүгүшү жана жашоосу өтө көп жана ар түрдүү, көбүнчө туш келди тышкы жана ички факторлор менен аныкталган тирүү организм. Ошондуктан тирүү дүйнөдөгү кубулуштар жана

окуялар көп жагынан кокустук мүнөзгө ээ. [2, с. 8]

Белгисиздик элементтери, туш келди кубулуштарга мүнөздүү татаалдык, бул кубулуштарды изилдөө үчүн атайын математикалык методдорду түзүүнү талап кылат. Мисалы, *ыктымалдуулуктар теориясы* бөлүмүн алалы. Математикалык методдордун өнүгүшү, кокустук кубулуштарга мүнөздүү конкреттүү закон ченемдүүлүктөрдү орнотуу ыктымалдык теориясынын негизги милдеттери болуп саналат. Бул мыйзам ченемдүүлүктөр кокустук кубулуштар массалык болгондо гана аткарылышы мүнөздүү. Мындан тышкары, айрым учурлардын жекече мүнөздөмөлөрү бири-бирине кысымга алынгандай сезилет жана кокустук кубулуштар массасынын орточо натыйжасы эми кокустук эмес, тескерисинче, табигый нерсе. Көпчүлүк учурда, бул жагдай биологияда жана медицинада ыктымалдуу изилдөө ыкмаларын кеңири колдонууга негиз болду. [2, с. 9]

Медициналык мүнөздөгү тапшырмаларды төмөндөгүдөй түзүүгө болот.

1-маселе: Дизентерия менен ооруган инфекциялык оору эки бала бакчада пайда болду, алардын ар бириинде 500 бала тарбияланат.

Оорулардын үлүшү, тиешелүүлүгүнө жараша, $\frac{1}{5}$ жана $\frac{1}{4}$ түзөт, биринчи бала бакчада 73%, экинчисинде - 65% учурларда - 4 жашка чейинки балдар. Бир бала туш келди тандалып алынат. Ыктымалдуулукту аныктаңыз: а) тандалган бала биринчи мекемеге таандык (А окуясы) жана оорулуу (В окуясы); б) экинчи мекемеден бала тандалып алынган (С окуясы), оорулуу (Д окуясы) жана 4 жаштан жогору (Е окуясы). [2]

Чыгаруу: а) $P(A \cap B) = P(A) * P\left(\frac{B}{A}\right) = \frac{500}{1000} * \frac{1}{5} = \frac{1}{2} * \frac{1}{5} = 0,1 = 10\%$

б) $P(C \cap D \cap E) = P(C) * P\left(\frac{D}{C}\right) * P\left(\frac{E}{CD}\right) = \frac{1}{2} * \frac{1}{4} * \frac{4}{10} = \frac{1}{2} * \frac{1}{5} = 0,05 = 5\%$

2-маселе: Аз йодду камтыган диета калктын көпчүлүгүндө 68%

жаныбарлардын калкан сымал безинин көбөйүшүн шарттайт. Эксперимент үчүн 5 чоңойтулган без керек. Кокустан тандалып алынган 5 жаныбардын калкан беzi чоңоюп кетүү ыктымалдыгын табыңыз. [2, с. 9]

Чыгаруу: А кокус окуя - бул калкан беzi чоңойгон жаныбардын туш келди тандалышы. Маселенин шарты боюнча, бул окуянын ыктымалдуулугу $P(A) = 0,68 = 68\%$. Ошондо төрт көзкарандысыз окуялардын биргелешип пайда болуу ыктымалдыгы - калкан сымал беzi чоңойгон 5 жаныбарды кокустан тандап алуу - барабар болот:

$$P(A_1 \text{ и } A_2 \text{ и } A_3 \text{ и } A_4) = 0,68 \cdot 0,68 \cdot 0,68 \cdot 0,68 \cdot 0,68 = (0,6)^5 \approx 0,1453 = 14\%.$$

3-маселе: Анатомиялык кууш жамбаш аялдарда баланын перинаталдык өлүмүнүн тобокелдигин

болжолдогон ыктымалдыгы аныктаңыз.

Чыгаруу: H_1 окуясы ийгиликтүү төрөлүшү керек. Клиникалык отчетторго ылайык, $P(H_1) = 0.968 = 96.8\%$, анда H_2 - перинаталдык өлүмдүн фактысы болсо, анда $P(H_2) = 1 - 0.968 = 0.032 = 3.2\%$.

А деп белгилейли - жамбашы тар аялдардын төрөтү. Жүргүзүлгөн изилдөөлөрдөн төмөнкүлөр белгилүү: а) $P(A / H_1)$ - тар жамбаштуу аялдардын ыңгайлуу төрөт ыктымалдуулугу, $P(A / H_1) = 0,025$, б) $P(A / H_2)$ - тар жамбаштуу аялдардын перинаталдык өлүмүнүн ыктымалдуулугу, $P(A / H_2) = 0.062$. Андан кийин төрөттөгү тар жамбаш аялдардын перинаталдык өлүмдүн каалаган ыктымалдыгы Байес формуласы боюнча эсептелет жана барабар:

$$\begin{aligned} P(H_2, H_2/A) &= \frac{P(H_2) \cdot P\left(\frac{A}{H_2}\right)}{P(H_1) \cdot P\left(\frac{A}{H_1}\right) + P(H_2) \cdot P\left(\frac{A}{H_2}\right)} \\ &= \frac{0.032 \cdot 0.062}{0.968 \cdot 0.025 + 0.032 \cdot 0.062} \approx 0,076 = 7,6\% \end{aligned}$$

Ошентип, анатомиялык кууш жамбашта перинаталдык өлүмдүн коркунучу орточо тобокелдикке караганда (7,6% жана 3,2%) бир кыйла жогору (эки эседен ашык). Перинаталдык мезгил кош бойлуулуктун 28-жумасынан, төрөт мезгилинен жана баланын жашоосунун алгачкы 7 күнүнөн баштап, түйүлдүктүн ичиндеги курсак ичиндеги өнүгүүнү камтыйт. Мындай эсептөөлөр, адатта, компьютердин жардамы менен жүргүзүлөт, тигил же бул оорлотуучу фактордун болушу менен байланышкан кооптуу тобокелдикке кабылган бейтаптардын топторун түзүү ыкмалары.

Бейстин формуласы көптөгөн башка биомедициналык кырдаалдарды баалоо үчүн абдан пайдалуу, алар ушул сыяктуу маселелерди чечүүдө билинет. Эксперименталдык ыкмаларды алуу, сүрөттөө жана анализдөө ыкмаларын иштеп чыгуу массалык туш келди изилдөөнүн натыйжасында аныкталган маалыматтар кубулуштар - атайын илимдин предмети – *математика-*

лык статистика. Бул маалыматтар адатта статистикалык деп аталат. Статистикалык маалыматтарды көбүнчө эксперименталдык натыйжалардын жыйындысы катары кароого болот, алар кокустук бир тектүү чоңдуктардын мүмкүн болгон маанилери (бою, дене салмагы, бейтаптын төшөктө болуу узактыгы, кандагы кант ж.б.). массалык туш келди кубулуштарды изилдөөнүн натыйжасында аныкталган эксперименталдык маалыматтарды алуу, сүрөттөө жана талдоо ыкмалары жогорку математиканын - математикалык статистиканын бөлүмүн түзөт. Математикалык статистика бөлүмдөн маселелерди карап көрөлү.

4-маселе: Эгерде анализденген X көрсөткүчү жаңы төрөлгөн баланын дене салмагы болсо, жаңы төрөлгөн балдардын саны 100, минималдуу салмагы -2,5 кг, эң жогорку салмагы 4,8 кг болсо, анда интервалдык катарлардын таблицасын түзүңүз. [2, с.10]

Чыгаруу: Биринчиден, (2,5-4,8) аралыгын 10 бирдей бөлүккө

бөлөбүз, анткени $k = \sqrt{100} = 10$
жана туурасы $h = \frac{4,8-2,5}{10} =$

0,23 болот. Эми биз интервалдык катарды курабыз:

Таблица №1

№	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Телонун массасынын интервалы	2,5-2,73	2,73-2,96	2,96-3,19	3,19-3,42	3,42-3,65	3,65-3,88	3,88-4,11	4,11-4,34	4,34-4,57	4,57-4,8
Жыштык m_i	3	7	11	15	20	16	12	8	5	3
Салыштырма жыштык $p_i = \frac{m_i}{n}$	0,03	0,07	0,11	0,15	0,2	0,16	0,12	0,08	0,05	0,03
Салыштырма жыштыктын тыгыздыгы $\frac{m_i}{nh}$	0,130	0,304	0,478	0,652	0,869	0,695	0,521	0,347	0,217	0,130

Түзүлгөн таблицанын тууралыгын текшерүү үчүн төмөнкү көзөмөлдү жүргүзөбүз:

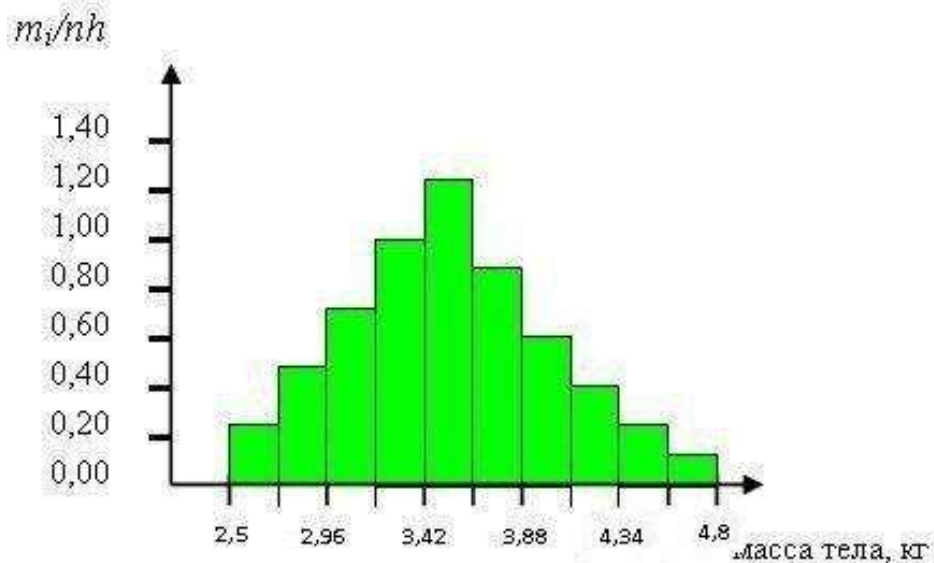
$$k = 10, \sum_{i=1}^{10} m_i = 3 + 7 + 11 + 15 + 20 + 16 + 12 + 8 + 5 + 3 = 100 = n$$

$$\sum_{i=1}^{10} \frac{m_i}{n} = 0,03 + 0,07 + 0,11 + 0,15 + 0,2 + 0,16 + 0,12 + 0,08 + 0,05 + 0,03 = 1$$

Таблицада келтирилген маалыматтарга ылайык, салыштырмалуу жыштыктардын гистограммасы 1-сүрөттө көрсөтүлгөн.

Бул сүрөттөн, колдонулган үлгү үчүн жаңы төрөлгөн ымыркайлардын дене салмагынын аралыгы (3,42 – 3,65) кг. Тик бурчтуктардын катарын гисто-

грамма деп да аташат, анын бийиктиги түздөн-түз тиешелүү интервалдар үчүн m_i жыштыктары, же салыштырмалуу жыштыктар (нормаланган гистограммада), ошондой эле пайыздык салыштырмалуу жыштыктар (пайыздык гистограмма) деп аталат. [2,с. 5]



1-сүрөт

Акыркы эки вариант бирдей аралыктагы, бирок бир эле жалпы популяциянын ар башка үлгүлөрү үчүн салынган гистограммаларды салыштырууга мүмкүндүк берет. Жалпы популяцияда (популяцияда) бир белгинин таралуу мыйзамын баалоо үчүн гистограммалар колдонулушу маанилүү. Салыштырмалуу жыштыктардын гистограммасынын тик бурчтуктарынын үстүңкү негиздеринин ортоңку чекиттерин жылмакай сызык менен туташтырып, үлгүдөгү маалыматтардан f ыктымалдык тыгыздыгынын x -ге көз карандылыгынын графигинин болжолдуу көрүнүшүн алабыз. Бул көз карандылык 1-

сүрөттө. Жалпы калктын талданган көрсөткүчү (жаңы төрөлгөн баланын дене салмагы) кадимки мыйзамга ылайык бөлүштүрүлөт деп божомолдоого болот, б.а. кадимки мыйзам - калктын белгилүү бир касиетинин ыктымалдык модели [2,с. 12].

Кесипкөй багытталган математикалык маселелерде медицина кызматкери үчүн биология, экология, эпидемиология, иммунология, фармакология, химия, физика жана башка кесиптик жактан маанилүү сабактар менен дисциплиналар аралык байланыштар, ошондой эле дарыгердин кесиптик ишмердигиндеги илимий билимдердин при-

кладдык аспектилері ачык чагылдырылган [3,с.20].

Медициналык университетте математиканы окутуу процессинде профессионалдык багыттагы тапшырмаларды колдонуу аркылуу

дисциплиналар аралык байланыштарды жүзөгө ашыруунун маселелери 2-таблицада “Дифференциалдык теңдемелер” темасына карата маселелер келтирилген .

Таблица №2

Дифференциалдык теңдемелер				
Биология	Химия	Эпидемиология	Фармакология	Физика
Бактериялардын көбөйүшүнүн ылдамдык көйгөйү	2-тартиптеги химиялык реакциянын ылдамдыгы жөнүндө маселе	Эпидемия учурунда инфекциялардын ылдамдыгы жөнүндө маселе	Дары заттардын эрүүчү ылдамдыгы жөнүндө маселе	Телонун муздашынын ылдамдыгы жөнүндө маселе
Азыркы учурда бактериялардын көбөйүү ылдамдыгы алардын санына жараша болот. Башында 100 бактерия болгон, 6 сааттан кийин алардын саны эки эсеге көбөйгөн. Күндүз бактериялардын саны канча эсе көбөйөрүн аныктаңыз	Этил уксусунун эфирин натрий гидроксиди менен самындаштыруу реакциясында баштапкы концентрациялары тиешелүүлүгүнө жараша 0,01 жана 0,002 түзгөн. 23 мүнөттөн кийин этил уксусунун эфиринин концентрациясы 10% ке төмөндөгөн. Канча убакыттан кийин 15% ке төмөндөйт?	Чоң өлчөмдөгү калкка инфекция киргизилди. Ооруган адамдардын үлүшүнүн $p = p(t)$ көбөйүшү t убакыттан көз каранды. Оорунун ылдамдык көрсөткүчү $(1 - p(t)) / 3$. Канча убакыттан кийин айыгып кеткендердин үлүшү 90% болорун аныктаңыз?	Адам денесине 10 мг дары киргенден бир саат өткөндөн кийин, анын көлөмү эки эсеге азайган. Эки сааттан кийин денеде калган препараттын массасын аныктаңыз.	Дененин муздашынын ылдамдыгы дененин жана айлана-чөйрөнүн температурасынын айырмачылыгына пропорционалдуу. Эгерде 10 мүнөттө 100°C чейин муздаган болсо, анда 30 мүнөттө дене кандай температурага чейин муздайт?

Маселе 5: Дары-дармектерди жаныбардын денесинен чыгарганда, убакыттын өтүшү менен анын кандагы концентрациясы төмөндөйт. Белгилүү болгондой, убакыттын баштапкы мезгилинде заттын концентрациясы 0,5 мг / л түзүп, бир күндөн кийин ал беш эсеге азайган. Концентрациянын төмөндөшүнүн ылдамдыгы ошол мезгилдеги заттын концентрациясына пропорционалдуу деп, үч күндөн кийин берилген дары-дармек заттын концентрациясын аныктаңыз. [3, с. 45]

Чыгаруу: Каралып жаткан көйгөйдү чечүүнү үч негизги этапка бөлүүгө болот:

1. Математикалык моделди түзүү. Ушул этапта, чечилип жаткан маселе табигый тилден математикалыкка которулат.

Дары-дармектердин t (убакыты менен өлчөнгөн) учурундагы концентрациясын $C = C(t)$ аркылуу белгилейли. Туундун физикалык маанисине ылайык концентрациялануу ылдамдыгы, концентрациянын убакыт туундусу, б.а.

$$v = C' = \frac{dC}{dt}$$

Маселенин шарты боюнча концентрациясынын төмөндөө ылдамдыгы жана заттын концентрациясы пропорционалдуу болсо, анда мындай деп жаза алабыз:

$$-\frac{dC}{dt} = kC,$$

мында k – пропорционалдуулуктун коэффициенти, $k > 0$. Мейли, k - убакыттан көз карандысыз болсун, ал эми "-" белгиси убакыттын көбөйүшү менен концентрация азайгандыгын билдирет. Ошентип, биз убакыттын өтүшү менен жаныбардын канындагы дары концентрациясынын төмөндөшүн моделдөөчү дифференциалдык теңдемени алдык.

2. Математикалык моделдин чегинде маселени чечүү. Математикалык билимди жана методдорду колдонуп, маселени чечүү жолдору изделүүдө.

Алынган $-\frac{dC}{dt} = kC$ теңдемеси биринчи тартиптеги дифференциалдык теңдеме жана бул теңдемени

өзгөрүлмөлөрү ажыратуу жолу менен чыгарабыз. Ыңгайлуу болуш үчүн теңдемени төмөндөгүдөй түрдө жазып алабыз: $\frac{dC}{dt} = -kC$, өзгөрүлмөлөрдү ажыратабыз: $\frac{dC}{C} = -kdt$ Мүчөлөп интегралдайбыз: $\int \frac{dC}{C} = -k \int dt$ Мындан: $\ln C = -kt + \ln C_0$ или $C = C_0 \cdot e^{-kt}$.

Натыйжада, көз карандылык жалпысынан убакыттын өтүшү менен белгилүү бир жаныбардын канындагы дары концентрациясынын төмөндөшүн аныктайт. Каалаган турактуу C_0 заттын баштапкы концентрациясын, башкача айтканда, $t = 0$ болгон концентрациясын билдирет.

Маселенин шарты боюнча $C = 0,5$ мг/л. $t = 1$ сут., $C = 0,1$ экендигин билип, k ны аныктайбыз: $0,1 = 0,5 \cdot e^{-k}$, $5 = e^k$, $k = \ln 5$

Ошентип, убакыттын өтүшү менен кээ бир жаныбарлардын кандарындагы дарынын концентрациясынын өзгөрүү мыйзамын алабыз:

$$C_0 = 0,5 \text{ мг/л} \quad \text{же} \quad C = 0,5 \cdot e^{-\ln 5 t}, \quad C = 0,5 \cdot 0,2^t$$

Мындан, $t = 3$ сут., $C = 0,5 \cdot (0,2)^3 = 0,004$ мг/л, келип чыгат.

3. Алынган натыйжаны чечмелөө. Бул жерде тескери котормо жүрөт: чечимдин натыйжасы табигый тилде түзүлөт. Үч күндөн кийин бул дары заттын концентрациясы 0,004 мг/л түзөт. Ошентип, медициналык жогорку окуу жайында математика сабактарында кесиптик багыттагы тапшырмаларды колдонуу студенттердин кесиптик компетенттүүлүгүнүн математикалык компонентин калыптандырып, келечектеги дарыгерлерди даярдоонун кесиптик багытын уюштурууга оң таасирин тийгизет. [3]

Колдонулган адабияттар:

1. Гельман В.Я., Ушверидзе Л.А. Преподавание математических дисциплин в медицинском вузе // Образование и наука. -2018.-№2.-С.88-104.
2. https://www.bsmu.by/el_teor_ver_mat_stat (электронный учебник БГМУ)-С.11,13,16,36.
3. Шмонова М. А. Формирование профессиональной компетентности студентов медицинских вузов в процессе обучения математике// Ярославский педагогический вестник – 2018 – № 2.-С.88-94 <https://orcid.org/0000-0001-9308-8766>.

СОДЕРЖАНИЕ
МАЗМУНУ
CONTENT

МЕДИЦИНА
THE MEDICINE

1.	<i>Ашымов Ж. Д., Карыбекова А.Т.</i> Баллиста и ретинированный зуб	4
	<i>Ашымов Ж. Д., Карыбекова А.Т.</i> Баллиста жана таасирдуу тиш	4
	<i>J.D. Ashymov, A.T. Karybekova</i> BALLISTA AND IMPACTED TOOTH	4
2.	<i>Чубаков Т.Ч., Токтогонова А.А., Майканаев Б.Б.</i> ВЛИЯНИЕ ПАНДЕМИИ COVID-19 НА БОРЬБУ С ТУБЕРКУЛЕЗОМ (обзор литературы)	11
	<i>Чубаков Т.Ч., Токтогонова А.А., Майканаев Б.Б.</i> КОВИД-19 ПАНДЕМИЯСЫНЫН КУРГАК УЧУККА КАРШЫ КҮРОШҮҮДОГУ ТААСИРИ (адабиятка сереп)	11
	<i>Ch. T. Chubakov, A. A. Toktogonova, B.B. Maikanaev</i> IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON TUBERCULOSIS CONTROL (review)	11
3.	<i>Абдуллаев Д., Осама Махбууб</i> Фармакологические методы лечения COVID-19	18
	<i>Абдуллаев Д., Осама Махбууб</i> Фармакологиялык жолдор менен COVID-19 дарылоо	18
	<i>D. Abdullaev, Mahboob Osama</i> Pharmacologic treatments for COVID-19	18
4.	<i>Абдуллаев Д., Зия Улла</i> Ситуационный и эпидемиологический анализ пандемии Covid-19 в Пакистане	24
	<i>Абдуллаев Д., Зия Улла</i> Пакистандагы Ковид-19 пандемиясынын кырдаалдык жана эпидемиологиялык анализи.	24
	<i>D. Abdullaev, Zia Ullah</i> Situational and Epidemiological Analysis Pandemic Covid - 19 in Pakistan	24
5.	<i>Абдуллаев Д., Ижаас Бурхан</i> Лабораторные исследования и требования к образцам для диагностики COVID-19	30
	<i>Абдуллаев Д., Ижаас Бурхан</i> COVID-19 диагноздоо үчүн үлгү талаптар жана лабораториялык изилдөөлөр	30
	<i>D. Abdullaev, Ijaz Burhan</i> Laboratory investigations and sample requirements for diagnosis COVID-19	30

ЭКОНОМИКА
ECONOMY

6. *Кантороева Г.К., Булгаков А.Л.*
Анализ информационных технологий управления взаимоотношений
промышленного предприятия с клиентами 36
Кантороева Г.К., Булгаков А.Л.
Кардарлар менен өнөр жай ишканаларынын
мамилесин башкаруудагы маалыматтык технологияларды талдоо ... 36
G.K.Kantoroeva, A.L.Bulgakov
Analysis of information technology management of industrial enterprise
relationships with customers. 36
7. *Кантороева Г.К., Булгаков А.Л.*
Совершенствования управления клиентской базой промышленного
предприятия 46
Кантороева Г.К., Булгаков А.Л.
Өнөр жай ишканаларынын кардарлар базасын башкарууну өркүндөтүү ... 46
..... 46
G.K.Kantoroeva, A.L.Bulgakov
Improving the management of the customer base of industrial enterprises 46

ФИЛОЛОГИЯ
PHILOLOGY

8. Казыев Н.К.
БАЛАГА АТ КОЮУДАГЫ ЭЛДИК ЖЕРГИЛИКТҮҮ САЛТ ЖАНА
ЭТНОГРАФИЯЛЫК ЖАГДАЙ 56
Казыев Н.К.
НАРОДНЫЕ МЕСТНЫЕ ТРАДИЦИИ И ЭТНОГРАФИЧЕСКАЯ
ОБСТАНОВКА В ИМЕНОВАНИИ РЕБЕНКА 56
N. K.Kazyev
FOLK TRADITIONS IN GIVING NAMES TO A NEWBORN AND THEIR
ETHNOGRAPHIC BACKGROUND 56

ЖУРНАЛИСТИКА
JOURNALISM

9. *Сыдыкова Н.С.*
КЫРГЫЗСТАНДЫН ЛИДЕРЛЕРИНИН ИМИДЖИН ТҮЗҮҮДӨ
ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ КОЛДОНУУ 67
Сыдыкова Н.С.
ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ В СОЗДАНИИ ИМИДЖА ЛИДЕРОВ
КЫРГЫЗСТАНА 67
N. S. Sydykova
THE USE OF TECHNOLOGY IN CREATING THE IMAGE OF THE
LEADERS OF KYRGYZSTAN 67

ПЕДАГОГИКА
PEDAGOGY

10. Абдрасулова С.Ж., Абдрасулова Ж.Ж.	
МЕДИЦИНАЛЫК ЖОГОРКУ ОКУУ ЖАЙЫНДАГЫ МАТЕМАТИКАНЫ ОКУТУУНУН АКТУАЛДУУЛУГУ	79
Абдрасулова С.Ж., Абдрасулова Ж.Ж.	
АКТУАЛЬНОСТЬ ПРЕПОДАВАНИЯ МАТЕМАТИКИ В МЕДИЦИНСКОМ ВУЗЕ	79
S. Zh. Abdrasulova, Zh. Zh. Abdrasulova	
RELEVANCE OF TEACHING MATHEMATICS IN MEDICAL UNIVERSITY	79
СОДЕРЖАНИЕ	91
МАЗМУНУ	91
CONTENT	91

Перечень требований и условий публикации статей в Вестнике ММУ (Международного Медицинского Университета)

1. Правила публикации статей в журнале

1.1. Материал, предлагаемый для публикации, должен являться оригинальным, неопубликованным ранее в других печатных изданиях. В статье необходимо последовательно излагать следующие составляющие: *актуальность, задачи, современное состояние проблемы, описание методики исследований, обсуждение полученных результатов, выводы*. Рекомендованный объем статьи – 0,5...1 печ. л. (8...16 стр.).

1.2. Редакционная коллегия оставляет за собой право на научное и литературное редактирование статей без изменения научного содержания авторского варианта. За точность воспроизведения имен, цитат, формул, цифр несет ответственность автор. Присланные рукописи авторам не возвращаются.

1.3. Редакция научного журнала осуществляет независимое рецензирование статей. Статья, направленная автору на доработку, должна быть возвращена редакции (с пометкой «исправленная») в течение 10 дней, в противном случае она будет отклонена. Доработанный вариант статьи рецензируется и рассматривается заново.

2. Комплектность и форма предоставления авторских экземпляров

2.1. Предоставляемые материалы должны содержать:

- научное направление;
- шифр УДК;
- фамилию, имя, отчество автора (соавторов) (полностью) (на русском, кыргызском и английском языках);
- название статьи (на русском и английском языках);
- аннотацию – от 100-250 слов (на русском, кыргызском и английском языках). По аннотации читатель должен определить, стоит ли обращаться к полному тексту статьи для получения более подробной, интересующей его информации. Стоит воздержаться от второстепенной информации и выражать мысли более лаконично.
- ключевые слова – в пределах 7-10 (на русском, кыргызском и английском языках);
- основную часть;
- библиографический список (не более чем 5-летней давности) не менее 10-15 источников (правила оформления см. в п. 2.4);
- сведения об авторе (авторах): фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, занимаемая должность, место работы, город, страна, контактный телефон и e-mail (на русском, кыргызском и английском языках);
- научные интересы автора (авторов) (на русском и английском языках);
- цветную фотографию автора (авторов) на белом фоне (деловой стиль) в электронной версии в формате *.JPG, *.BMP или *.TIFF, размер файла до 1 МВ;
- рецензию научного руководителя, консультанта или специалиста, занимающегося темой заявленного исследования (оригинальная или электронная версия);
- экспертное заключение о возможности опубликования статьи в открытой печати (сканированная копия);

– результат оригинальности текста, проверенного на плагиат желательно в системе «Антиплагиат» (info@antiplagiat.ru).

2.2. Общие правила оформления текста

Статью на электронном носителе следует сохранять под именем, соответствующим фамилии первого автора, набирается в программе Microsoft Office Word.

Рекомендуется соблюдать следующие установки:

Текст статьи должен иметь следующую структуру:

- *введение;*
- *методология и методика исследования;*
- *результаты исследования и область их применения;*
- *выводы.*

2.3. Формулы, рисунки, таблицы

Текстовое оформление таблиц в электронных документах: шрифт Times New Roman 14 кегль. Таблицы не требуется представлять в отдельных документах.

2.4. Список литературы

Ссылки на источники в тексте статьи следует оформлять в квадратных скобках в соответствии с нумерацией в списке литературы, который для оригинальной статьи — не менее 10 источников.

Не допускается выносить ссылки из текста вниз полосы.

В списке литературы не должно быть наименований учебной литературы, диссертаций и литературы без авторства (конституция, законы, о них только говорится в тексте). Не допускается выносить в список литературы собственные произведения. В списке должно быть по возможности не менее двух источников на иностранном языке.

Список литературы предоставлять на русском языке (ГОСТ 7.0.5. – 2008. Библиографическая ссылка), согласно следующим требованиям:

Материалы конференций:

Книги (монографии, сборники, материалы конференций в целом):

Ссылка на Интернет-ресурс:

2.5. Правила транслитерации

На сайте [http:// www.translit.ru/](http://www.translit.ru/) можно бесплатно воспользоваться программой транслитерации русского текста в латиницу.

Редакция оставляет за собой право отклонять статьи, не отвечающие указанным требованиям.

ВЕСТНИК
МЕЖДУНАРОДНОГО МЕДИЦИНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА

№3, 2021

Научно-практический журнал

Подписано в печать 28.02.2021 Усл. печ. л. _____
Тираж 100 экз.