Министерство образования и науки РФ
Комитет администрации г. Барнаула по делам молодежи
Совет ректоров вузов Алтая

МОЛОДЕЖЬ — БАРНАУЛУ

МАТЕРИАЛЫ XVII–XIX ГОРОДСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Часть XIX

Барнаул
Издательство
Алтайского государственного
университета
2018

УДК 01(082)
ББК 72я431
М754

Главный редактор:
заместитель начальника Барнаульского юридического института МВД России по научной работе, полковник полиции, доктор юридических наук, доцент ***Ю. В. Анохин***

Оргкомитет конференции:
заместитель главы администрации города Барнаула по социальной политике ***А. В. Артемов*** (председатель);

председатель Совета ректоров вузов Алтайского края и Республики Алтай, ректор Алтайского государственного университета ***С. В. Землюков*** (сопредседатель);

координатор по научной работе Барнаульской духовной семинарии ***С. М. Бажова***;

начальник отдела грантов и проектов Алтайского государственного педагогического университета ***О. А. Бокова***;

председатель Координационного совета Научного общества молодых ученых и студентов Алтайского государственного медицинского университета ***Е. А. Севых***;

координатор по научной работе Алтайского института экономики — филиала частного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики» ***С. А. Довбыш***;

ведущий инженер сектора учебно-исследовательской работы студентов Алтайского государственного университета ***К. А. Рябчинская***;

заместитель начальника научно-исследовательского и редакционно-издательского отдела Барнаульского юридического института МВД РФ ***А. В. Коняев***;

заместитель директора по научной работе Барнаульского филиала Финансового университетапри Правительстве Российской Федерации ***Т. Е. Фасенко***;

проректор по научно-инновационной работе Алтайского государственного технического университета им. И. И. Ползунова ***В. А. Федоров***;

проректор по научной работе и международным связям Алтайского государственного института культуры ***Е. А. Полякова***;

координатор по научной работе Алтайского государственного аграрного университета ***А. В. Шишкин***;

заместитель директора по научной работе Алтайского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации ***С. В. Шлегель***

М 754 Молодежь — Барнаулу : материалы XVII–XIX городской научно-практической конференции молодых ученых / гл. ред. Ю. В. Анохин. — Часть XIX. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2018. — 1651 с.

ISBN 978-5-7904-2263-8

В сборнике представлены тезисы докладов участников XIX городской научно-практической конференции молодых ученых.

УДК 01(082)
ББК 72я431

ISBN 978-5-7904-2263-8

© Оформление. Издательство
Алтайского государственного университета, 2018

РЕКЛАМА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

PR-ТЕХНОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТ В МУЛЬТИМЕДИЙНУЮ ЭПОХУ (РЕГИОНАЛЬНЫЕ И МУНИЦИПАЛЬНЫЕ СМИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА)

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ЖУРНАЛИСТА ПРИ РАБОТЕ С ИНТЕРНЕТ-ССЫЛКАМИ

Д. А. Борисова

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — В. В. Витвинчук, к. ф. н.

Интернет — это мир многочисленных сайтов, страниц и сообщений — однако, все это может закончиться в один клик и выйдет сообщение об ошибке «404 page not found» (страница не найдена). Хотя гиперссылка была задумана в 1960-е годы, ее использование началось с появлением протокола HTML в 1991 году. Существует убедительный ряд случаев, что за первой «сломанной» ссылкой вскоре последовали следующие.

На самом деле проблема проста: некий работающий URL больше не подлежит восстановлению. Причин этому целое множество: контент может быть переименован, перемещен или удален, или весь сайт может просто исчезнуть. В интернете контент, дизайн и инфраструктура миллионов сайтов постоянно развивается. В целом такой процесс выгоден для пользователей и веб-экосистем, но он не слишком эффективен для существующих веб-ссылок.

Интернет «мыслит» буквально: достаточно замены всего одного символа в URL, чтобы ссылка сломалась. Например, если сайты перестают использовать тот или иной «www», но их содержание остается тем же самым, первоначальные ссылки больше не работают. То же самое может произойти с переходом от «http:» на «https:». Развитие CMS платформ, таких как WordPress и Druple привели к падению статических HTML-сайтов; и с каждым перезапуском огромное количество ссылок перестает работать [1].

В случае, если ядро URL остается таким же, многие сайты часто добавляют учётные данные или термины поиска для URL-адресов, которые в свою очередь эфемерны. С развитием интернета проблема осложняется для Google и других поисковых систем, которые сканируют URL-адреса и страницы. Многие из них работают, но их долгосрочная надежность остается под вопросом.

Данное явление получило название, «пустые ссылки». И это серьезная проблема, а не просто фактор, раздражающий отдельных пользователей.

Важный контекст

Во время исследования, проведенного в 2013 году в центре BMC Bioinformatics, ученые обратили внимание на продолжительность жизни ссылок в научной литературе: знание места, где ссылка может долго храниться, стало общедоступным. Следующие ученые, Джейсон Хеннесси и Стивен Хиджин Джи из государственного университета Южной Дакоты, проанализировали около 15 000 ссылок в публикациях Томсона Рейтера о выявлении индекса цитируемости в научной литературе. Они обнаружили, что средний срок службы веб-страниц составил 9,3 года, и только 62% были заархивирова-

ны. Даже сайты крупных корпораций, которые, как правило, гораздо лучше, в частности, Adobe, IBM и Intel, могут быть завалены неработающими ссылками [1].

Существуют некоторые ресурсы, которые используются для того, чтобы сохранить полную историю ссылок в Интернете, в том числе интернет архивы WayBackMachine. Этот сервис сохраняет снимки многих сайтов в течение долгого времени, но страницы и данные представлены не всегда последовательно или в полном объеме. Отчасти потому, что многие сайты являются динамичными — они созданы «на лету», и, таким образом, не существуют в режиме классических HTML-страниц, или потому, что они блокируют архивирование.

Ниже приведен ряд практических советов с акцентом на пролонгированность сайтов и их прозрачность, а не на поисковую оптимизацию и ранжирование страниц. Советы предлагаются со следующей целью: уменьшить вероятность непродуктивного перехода по исходящим ссылкам, свести к минимуму работу перехода и максимально увеличить долгосрочную полезность вашего сайта для пользователей. Во время работы журналиста, данные — последние новости, Twitter и живые блоги — постоянно меняются. Соответственно меняется и скорость подсчета, а также ресурсы, ссылки на которые могут быть попросту эфемерны.

Время идет, но основная философия остается прежней. Майкл Поллан описывая правила хорошей диеты, выразил одну простую мантру: «Полезные ссылки. Стабильные источники. Прозрачность» [1]. Именно на ее основе составлены основные практические советы для продуктивного использования ссылок.

1. Размещайте только необходимые ссылки

– Каждая ссылка имеет потенциал сломаться со временем, и чем больше их выкладываешь, тем выше вероятность того, что какая-нибудь перестанет работать. Если ссылка не является необходимой в этом контексте и информацию можно легко найти с помощью простого веб-поиска — базисные веб-сайты, известные люди и так далее — нет смысла в дополнительном указании. Это ведет к увеличению риска.

– Уважайте своих пользователей и не используйте слишком много ссылок. Если у вас в письменной форме присутствует бесчисленное количество ссылок, текст может стать трудно доступным для понимания. Могут возникнуть вопросы: почему ссылка именно здесь и куда кликать? Выбирайте ссылки тщательно и благоразумно.

2. Убедитесь в том, что ссылки хорошо видны в тексте, однако не переполняют его

– Одиночные слова («рассказали», «исследование», «причины») слишком легко упустить из виду, но использование в ссылках целых фраз может сбить с толку и постоянно бросаться в глаза. Оптимальный размер текста в ссылке — от двух до пяти слов.

— Цвет и стиль ссылки должны отличаться от основного текста, но этот текст остается первичным.

3. Тщательно выбирайте текст ссылки

– Текст ссылки делает явной для пользователя информацию, которую они могут найти, если нажмут на ссылку. Можно включить в ссылку существительные с некоторой описательной информацией («2014 Йельское исследование»), известную личность глагол в активном залоге («Micah Sifry написал») или интересную статистику («97% социологов»). Институт журналистики Рейтер Оксфордского университета внес в ссылку «отчет 2014», что также помогает продемонстрировать точность и прозрачность.

4. URL и постоянство содержания имеют важное значение — кроме тех случаев, когда их эфемерность является частью истории

– Если вы освещаете последние новости, не старайтесь избегать ссылок на то, что может представить их с разных сторон — личные или краткосрочные сайты проектов, которые могут исчезнуть;

проекты версий документов или пресс-релизов. Статьи с продолжением могут потребовать ссылок на контент, который в последствии можно удалить или модифицировать.

– Всегда делайте ссылки на первоисточник, если вторичный ресурс не является главным заявленной темы. Например, если вы пишете о новом докладе ООН, ссылка должна быть непосредственно к нему. Но если вы хотите дать ссылку на источник с ошибочной интерпретацией доклада, но, в свою очередь, и вы обозначаете тему доклада ООН, тогда необходимо ссылаться непосредственно на интерпретирующий источник.

– Так как надежность и объективность информации, представленной в Википедии, является спорной, используйте ссылки на этот сайт только тогда, когда сами хорошо разбираетесь в предмете. Если вы хотите дать ссылку на страницу из Википедии, то нажмите на кнопку «цитировать эту страницу» и затем кнопку «постоянная ссылка». Это приведет к сохранению конкретной версии страницы Википедии, в которой не представлены последующие изменения.

5. Предпочтительнее использовать ссылки на страницы, а не на PDF-файлы.

– Многие интернет-ресурсы существуют как веб-страницы и как файлы PDF. Например, статья, опубликованная Институтом Рейтера «Точность, Независимость и Беспристрастность: «Какова наследственная связь Медиа и Цифрового поколения в эпоху цифровых технологий»; данная статья имеет основную страницу, а также доступна в полнотекстовом формате PDF. Учитывая этот выбор, отдайте предпочтение веб-странице. Данный формат предоставляет возможность пользователям быстро понять содержание статьи без необходимости загружать её [1].

– Веб-страницы, как правило, более стабильны, чем PDF-файлы. Нецелесообразно использовать документы, так как они могут быть переименованы, обновлены или перемещены с основной страницы.

– Названия PDF-файлов, в большинстве случаев, содержат символы, считающиеся «небезопасными» в URL, — запятые, пробелы, символы с диакритическими знаками и так далее. Так как PDF-файлы автоматически переводятся в Web-сохранение кодов, существует возможность того, что система прочитает их неверно.

6. Обращайте внимание на более компактные URL с прямым доступом и убедитесь, что нет ненужной информации после ядра URL. (Этот процесс часто называют «URL нормализация» или «URL канонизация».)

– Если URL-адрес содержит «.html» или другое расширение веб-страницы, то, в большинстве случаев, за этой ссылкой ничего не следует, тогда её необходимо удалить.

– При наличии символа «?» в URL, рекомендуется проверить — является ли текст после него обязательным для функционирования ссылки. Например, в ссылке «http://journalistsresource.org/ballot-framing?utm_source=JR-email», все символы после «?», и включая его, должны быть удалены. Обратите внимание, что иногда знаку «?» предшествует пост или обозначение категории информации; это требуется для того, чтобы проверить необходимость знака; но иногда перед знаком могут находиться и бесполезные поисковые термины или коды отслеживания.

7. Избегайте сокращённых ссылок

– Bitly, TinyURL и другие подобные сервисы необходимы для Twitter и приложений, где длина URL ограничена. Тем не менее, подобных сокращений следует избегать при текстовых гиперссылках. Помимо того, что они производят компактную ссылку, они не надежны и содержат больше лишних элементов, чем в базовом URL. Также, публикуя сокращённые ссылки, вы зависите от третьей стороны и рискуете надежностью ссылки.

– Приложение Perma.cc как предлагает постоянные ссылки, так и архивирует целевой контент, по крайней мере, последние два года. С помощью этого ресурса ряд организаций, наделенных особыми полномочиями, такие как юридические журналы и суды, имеют право создавать действительно постоянные ссылки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Journalist's resource: research on today's news topic [Электронный ресурс]. — URL: https://journalistsresource.org/studies/society/internet/website-linking-best-practices-media-online-publishers.

ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОФЕССИИ ЖУРНАЛИСТА В РЕЗУЛЬТАТЕ ЭВОЛЮЦИИ МЕДИА

В. А. Бычкова

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — В. В. Витвинчук, к. ф. н.

Вместе с изменениями в потреблении продукции медиа и формах коммуникации неизбежно стали происходить и изменения в журналистике как профессии и как карьерной траектории. Эти изменения находили свое выражение в содержании образования, в изменении профессиональных процедур (прежде всего, редакционных), в изменении отношения потребителя продукта журналистики к его создателям. Об этом в своей статье пишет В. В. Гатов [Гатов 2016, 206].

Таким образом, основные компетенции авторства в журналистике существенно изменились за последние 20 лет. На этот процесс оказали существенное воздействие:

1. концепции медиаконвергенции и мультимедийной коммуникации; к основным профессиональным навыкам — работа с текстом для пишущих журналистов, работа с изображением для визуальных журналистов и работа с текстовым и визуальным монтажом для телевизионных журналистов — добавились и продолжают добавляться смежные компетенции, которые раньше не были обязательными;
2. изменения в структуре и организации редакций, в редакционных процессах и интенсивности/производительности труда, в том числе под давлением экономических условий;
3. изменения в природе оперативности информации, что меняет роль журналиста в создании и обработке новости (эксклюзива), смещает ценности как самой профессии, так и медиабизнеса в другие части процесса информирования [Гатов 2016, 224].

Постепенно люди переходят от последовательного потребления информации к многомерному. Эта тенденция к фрагментарному восприятию информационного потока усиливается из-за склонности аудитории к клиповому мышлению. Огромную роль в формировании тенденции метапотребления информации сыграли социальные сети, которые к тому же теперь обладают важнейшей функцией — являются точкой входа в интернет. Медиа давно утеряли эту функцию. Проблема в том, что пользователь социальной сети потребляет контент по модели «зайти и выйти», а не «про¬читать все, что опубликовано на сайте». Это значит, что информационная картина возникает у читателя не планомерно, с последовательным (хронологическим и тематическим) развертыванием событийной канвы, а хаотично, формируясь из разрозненных, зачастую повторяющихся из-за идентичности новостей в лентах разных изданий, блоков.

Сложившаяся ситуация обязывает журналиста при оперативной работе с новостями использовать инструменты монито¬ринга социальных сетей. «Для эффективной работы необхо¬димо сформировать список источников, которые соответствуют профилю издания», — советует С. В. Паранько [Паранько 2016, 12]. Google, Yandex, Facebook, Twitter, Youtube и другие компоненты «интернет-журналистики» меняют основные принципы работы индивидуального журналиста — от поиска информации до верификации источников. Более того, происходит переосмысление самого понятия «ис-

точник», которым может становиться не физический коммуникатор, а его сетевое представление — микроблог в Twitter или аккаунт в Facebook. Важное изменение, которое коснулось даже наших консервативных ньюсрумов — это изменение рутинных процессов и процедур под воздействием цифровых технологий. Как следствие этих перемен, меняется и основная журналистская рутина — процесс предложения идеи или готового текста редактору, предшествующий фактическому появлению произведения журналистики «в печати». Когда носители размножаются с той скоростью, которую продемонстрировали 2000–2010 годы, формат и жанр работы журналистов модифицируются едва ли не ежедневно: вчера автор мог воспользоваться Живым Журналом, а сегодня в его распоряжении 140 знаков твита, 450 знаков Facebook caption и тэги Instagram; сам по себе текст или аудиовизуальное произведение (сюжет, программа) могут заведомо быть интерактивными, включать обязательную реакцию читателей или зрителей. Так, в современной редакции нормальным становится предложение статьи в сообщении Twitter или через фотографию в Instagram. Конспиративные беседы с источниками можно вести в секретных чатах Telegram, предоставляя источнику контроль над переданной журналисту информацией. Возможность мгновенной проверки почти любых данных с помощью Google, Wikipedia и других сервисов информационной поддержки. Центральная роль смартфона как авторского инструмента. Все эти изменения кажутся в отдельности не слишком значительными, однако, складываясь, и усиливая друг друга, они реформируют профессию больше, чем самые пассионарные издатели [Гатов 2016, 237].

Учитывая тот факт, что технические новшества все больше определяют вовлеченность аудитории, технологические обстоятельства будут продолжать оказывать формирующее воздействие на существование и функционирование журналистики, одновременно окончательно изменяя ее природу. Очевидное направление движения в изменении процессов и процедур показывает, что традиционное редакционное устройство в целом обречено на изменения; эти изменения будут вызваны только или прежде всего технологиями, которые становятся доступными журналисту — а не корпорации-работодателю, как это было в предыдущее десятилетие. Соответственно, при правильных профессиональных и этических установках они усиливают авторскую автономию журналиста, дают в его руки больше возможностей для создания произведений, оказывающих воздействие на аудиторию. При этом технологические преобразования глобальны, в отличие от локальных — социальных и экономических, которые привязаны к конкретному обществу и конкретной политической культуре. Однако стоит отметить, что локальные обстоятельства также остаются важным фактором в профессии журналиста; зачастую они оказывают больше влияния, чем общемировые тренды. Профессиональные компетенции, набор способностей и навыков, которые требуются сейчас и будут требоваться от того, кто хочет считать себя (и быть) журна-листом, меняются — однако значение этих перемен не стоит преувеличивать. Наконец, организационные формы журналистики находятся непосредственно сейчас в наиболее «жаркой зоне» перемен: социальные и экономические обстоятельства заставляют менять исторически сложившиеся формы; технология радикально вмешивается в процедуры работы журналиста и редактора; состав компетенций радикально корректируется в зависимости от множества обстоятельств [Гатов 2016, 234].

Но, как пишет Гатов, мультимедийность и конвергентность — это не более чем временные «миражи». По его мнению, эти понятия в применении к журналистике возникли для того, чтобы хоть как-то называть переходное состояние от «старой» к «новой», автономной от редакции профессии. Автор текстов, способный делать профессионального качества фотографии или снимать качественное видео (правильно сделанное с точки зрения визуальной информации, звука и последующего использования для монтажа), или журналист, обладающий компетенциями продюсера (то есть способный организовать сложный многофакторный процесс коллективного создания материала), безусловно, и востребованнее на рынке, и могут претендовать на бóльшие зарплаты. Цифровые компетенции — прежде всего способность к анализу данных, интерпретации этих данных и визуальной коммуникации дан-

ных — все больше становятся интересны работодателям. Однако чисто формальные способности уступают место более сложным — и более комплексным компетенциям, которые и отличают профессию будущего.

София Смыслова рассуждает о конвергенции в профессиях, связанных с интерактивными коммуникациями (прежде всего, в рекламной сфере). В современном медиаобразовании необходимо быть структурно-логичным и при этом гибким, совмещать фундаментальность академического похода с актуальностью прикладных курсов повышения квалификации. Отсюда понятие «универсального» специалиста: универсального в смысле всесторонне и междисциплинарно развитого, но при этом глубоко погруженного в специализацию [Смыслова 2014, 88].

Таким образом, можно сделать вывод, что профессиональные компетенции сетевой журналистки отличаются от традиционной журналистской профессии. Эти отличия носят глубинный характер, главным образом в связи с существенной эволюцией жанров СМИ, а также из-за сильных изменений в организационной структуре онлайн-медиа. Модель редакции и смысл процедур меняются при отказе от дискретной модели медиа; возможность измерения прямой и непосредственной реакции на любой элемент содержания, равно как и возможность оценки эффективности медиакоммуникации в реальном времени, воздействуют как на деловое содержание сетевой журналистики, так и на ее этические и ценностные принципы. Перспективы сетевой журналистики просматриваются достаточно ясно. В течение следующих десяти или пятнадцати лет сетевая журналистика станет доминирующей, если не единственной формой существования профессии. К имеющимся функциональным возможностям и обязанностям журналиста добавится ряд специальных знаний, прежде всего из области анализа данных, социальной теории и когнитивной психологии. Качественные и количественные изменения приведут к образованию ряда новых специальностей в сетевой журналистике, и это изменение приведет к коррекции спроса на выпускников школ журналистики. К гуманитарным и социальным знаниям — в качестве обязательного профессионального требования — добавятся знания в области прикладной и аналитической математики, теории алгоритмов и теории графов, network science, социальной статистики, клинической и когнитивной психологии, группового управления. Будущее сетевой журналистики — в значительном расширении «дисциплинарности», совмещении основной информационной профессии с другими специализациями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гатов В. В. Будущее журналистики // Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016. под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — 2016.— Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — С. 304.

2. Паранько С.В. Инструментарий и навыки журналиста // Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016. под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной.— 2016.— Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — С. 304.

3. Пуля В. Ю. Журналист-дирижер и пять уровней восприятия медиа // Медиаконвергенция, которая изменила мир? Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / Под ред. М.С. Корнева. — М., 2014.— С. 137.

4. Смыслова С. «Динамические профессии в рекламной сфере» // Медиаконвергенция, которая изменила мир? Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции / Под ред. М.С. Корнева. — М., 2014.— С. 137.

ОБУСТРОЙСТВО ПЛОЩАДОК ДЛЯ ВЫГУЛА ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ

Т. С. Журавлева, Д. В. Шрамко

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — С. В. Шипилов, ст. преподаватель

В настоящее время всё больше людей стремятся разнообразить свою жизнь и заводят четвероногих друзей, с которыми время от времени необходимо гулять. Однако, выходя с ними на улицу, они сталкиваются с проблемой поиска мест для выгула своих любимцев. Множество барнаульцев вынуждены гулять со своими питомцами около своих домов, на детских площадках, вдоль дорог и в запрещенных для выгула местах. При этом многие хозяева не убирают за своими животными, что становится одной из причин загрязнения города.

В городе Барнауле практически отсутствуют площадки для выгула домашних питомцев. Существуют места для дрессировки собак, но они находятся в плохом состоянии. Такие места, на которых люди устроили самодельные площадки для выгула, находятся на территориях, граничащих со школами и детскими садами. Например, между школой № 22 и детским садом № 239[2], в сквере на Попова 91, в парке «Лесная сказка». В связи с этим поступает много жалоб от жильцов и родителей. Так же многие хозяева гуляют с большими собаками рядом со школами и детскими садами, что может быть опасно для детей.

По решению городской думы г. Барнаула, выгул собак разрешается только на поводке и в наморднике. В общественных местах, а также в местах скопления людей владелец обязан взять собаку на короткий поводок[1]. По нашему мнению, это жестоко по отношению к животным, потому что собак ограничивают в свободе. По результатам опроса 8 из 10 жителей города Барнаула выгуливают своих собак там, где придется (около своих домов, около погребов), потому что в городе отсутствуют приспособленные для этого места.

Для решения данной проблемы, мы предлагаем создать специализированные, безопасные места для выгула домашних питомцев. В Барнауле существует множество пустых территорий, заросших травой, которые могли бы послужить площадкой для прогулок хозяев с собаками. Собаководы, проживающие в частном секторе, практически не сталкиваются с проблемой выгула своих домашних питомцев. По нашим наблюдениям большинство владельцев животных проживает в Индустриальном районе, поэтому мы предлагаем создать для начала площадку для выгула собак именно там. Примерное расположение новых парков может находиться в таких местах, как:

- Мизюлинская роща;
- Пустырь в районе магазина «Лента» на Павловском тракте;
- Роща за парком «Лесная сказка».

В реализации данного проекта могут помочь сами хозяева домашних животных, которым небезразличны вопросы здоровья своего питомца и безопасности людей на улице.

Для информирования населения о появлении парков мы будем использовать различные каналы коммуникации. Для начала мы хотели бы сотрудничать с различными популярными группами Барнаула в «Вконтакте» — «Barnaul 22», «Типичный Барнаул», «Я живу в Барнауле», «Город Барнаул».

В «Instagram» предлагаем запустить хэштег, переходя по которому, пользователи будут узнавать информацию об открытии парка и его местоположении. Например, #паркдлявыгула22.

Можно задействовать телевидение для создания сюжета о первом подобном парке в городе. Возможно, разделить на несколько мини сюжетов:

1. В городе Барнауле началось строительство первого парка для выгула домашних животных.
2. Завершение строительства площадки для выгула питомцев.
3. Сюжет о том, что происходит в парке, сколько людей его посещают, нравится ли им это место.

Так же возможно сотрудничество с приютом «Ласка», приходя в который, жителям города будут сообщать о таком месте для выгула своих питомцев

Чтобы людям было проще находить парки для выгула домашних животных, мы предлагаем разместить точки на карте Барнаула в «2ГИС». С помощью данного нововведения люди смогут гулять с собаками на разрешенной территории, не нарушая закон.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Официальный сайт города Барнаула — [http://barnaul.org/advisor/zhivotnye/vygul-sobak-mesta-pravila/]

2. О выгуле домашних животных в городе Барнауле — [http://www.amic.ru/news/314007/]

ТОВАРНЫЙ ЗНАК КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

А. А. Иванова

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — А. В. Ковалева, д. с. н., профессор

По своей природе товарный знак относится к знаковой системе, является социальной реальностью с одной стороны, а как средство индивидуализации представляет правовую категорию. Мы не будем подробно останавливаться на юридическом определении, нас интересует товарный знак, как социальная реальность. В литературе можно найти следующее определение: «товарным знаком является отражение в общественном сознании объективно существующей установленной связи между специфическими потребительскими свойствами товара определенного рода и характерной внешней чертой этого товара или его упаковки»[1]. Таким образом, мы понимаем, что товарный знак неразрывно связан с репутацией товара и его производителя. Товарный знак независимо от обычной рекламы сам по себе уже является рекламой, лицом продукта, позволяет распространять информацию о нём и производителе, формирует и поддерживает интерес. Известный, заслуживающий доверие товарный знак создает у покупателя убежденность, что товар является лучшим по качеству, и соответственно сама продукция пользуется повышенным спросом и обладает более высокой ценой. Как отмечают специалисты, ценность товарного знака заключается, прежде всего, не в силу высокой художественности обозначения, а за счет ассоциации с определенным производителем и уровнем качества товара. Однако, если же мы заинтересованы создать сильный, конкурентоспособный бренд, то необходимо заботиться и том, чтобы выпускаемые им товары имели постоянно высокое качество, и о том, чтобы его товарный знак был хорошо оформлен и эффективно рекламирован. Разработка качественного и интересного логотипа, который мы будем регистрировать в качестве товарного знака, по сути, упрощает нам эту задачу.

Рассмотрим основные требования и рекомендации к обозначению.

1. Оригинальность: ваш товарный знак, должен вас, прежде всего, идентифицировать в конкурентной среде, чтобы потребитель понимал, что это именно наша продукция и не путал ее с другими марками. Для этого если мы регистрируем словесное обозначение, мы должны позаботиться, чтобы

[1] Мамиофа И. Э. Понятие и определение товарного знака // Практика изобретательской и патентно-лицензионной работы. — Л.,1981. — С. 9.

оно отличалось новизной, что требуется и в силу закона. Кроме того закон разрешает нам зарегистрировать комбинированные, звуковые, и даже обонятельные обозначения, так называемые нетрадиционные товарные знаки.

2. Запоминаемость: опять же, чтобы нам выделиться среди конкурентов и приобрести приверженного нашей марке потребителя, мы должны разработать не только уникальный логотип, но и позаботиться о его запоминаемости, ассоциации именно с нами. Для этого, если у нас словесный товарный знак, то не стоит его перегружать — максимум 7–9 символов. Также следует подумать над шрифтом и масштабом. Главное при подборе шрифта — соблюдать некоторые несложные правила. Шрифт должен легко читаться. Не стоит выбирать буквы, начертание которых понятно лишь разработчикам. Также стоит выбирать шрифт, соответствующий специфике компании и ее целевой аудитории. Можно поэкспериментировать с «магией чисел», так как для многих людей числа имеют особое значение, если мы используем цифры, цифровые комбинации в своем логотипе, мы повышаем шансы выделиться и запомниться среди прочих. Однако необходимо провести исследования, чтобы ассоциации были положительные. Если мы выбрали цветовой, звуковой или другое обозначение, важно чтобы он имел ассоциацию с нашей компанией, продукцией. И далее нам необходимо использовать товарный знак: упаковка, реклама, документация и т.д.

3. Цвет: Особое внимание стоит уделить цвету, так как каждый цвет несет в себе особые ассоциации, следовательно цветовое сопровождение играет важную роль при продвижении продукта на рынок. Создание и использование фирменного цвета не только хороший брендинговый ход, но и хороший психологический прием. Правильный выбор цвета позволяет управлять эмоциями потребителей, вызывать необходимые ассоциации и стимулировать желание приобрести товар или воспользоваться услугой.

Психология подробно описывает эмоции, вызываемые тем или иным цветовым оттенком. Например красный цвет имеет следующий ассоциативный ряд — гнев, стыд, радость, любовь; зеленый — спокойствие, уверенность; белый — благородство, невинность, чистота, голубой — спокойствие, нежность, мечта; желтый — оптимизм, радость; черный — независимость, таинственность, трагизм, смерть, Мы можем подробно изучить научные данные, и в соответствии с ними найти цветовое решение для нашего логотипа, или же можем рискнуть, и разработать что-то в противовес стереотипам. Однако риск не всегда оправдан, поэтому при принятии решения о выборе цвета, следует поработать с целевой аудиторией, выяснить ее ассоциации, провести исследования в фокус-группах.

Создание интересного, оригинального и запоминающегося товарного знака, соответствующего концепции организации и вызывающего у аудитории правильный ассоциативный ряд, способствует дальнейшему успешному продвижению продукции владельца.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Калачева Т.Л. Товарный знак как средство индивидуализации в современном рыночном обороте / Т.Л. Калачева, К. Мамаева // Ученые заметки ТОГУ, 2013. — Т.4. — №4. — С. 1105–1108.

2. Качанова Т.С. Создание хорошего логотипа — действенный брендинговый ход / Т.С. Качанова // Маркетинг в России и за рубежом. — 2009. — №1.

3. Мамиофа И. Э. Понятие и определение товарного знака: Практика изобретательской и патентно-лицензионной работы / И.Э. Мамиофа. — Л.: ЛГУ,1981. — С. 9.

4. Павлинская А. П. Товарный знак / А. П. Павлинская. — Л.,1974. — 196 с.

ПРОЕКТ ШКОЛА ГОРНОЛЫЖНОГО СПОРТА

Я.А. Игнатенко

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — А.В. Логиновская, преподаватель

В Барнауле развитие зимних видов спорта трудный процесс. На сегодняшний день в городе, развитие сноуборда сталкивается с фундаментальными проблемами развития массового спорта:

— недостаточно оборудованной инфраструктуры для развития и занятиями сноуборда;

— отсутствие спортивных школ, секций и клубов по сноуборду.

— доступность данного вида спорта в виду дорогостоящего спортивного инвентаря.

Для решения проблем необходимо применят комплексный подход, привлекая к решению представителей и специалистов профильных учреждений края для совместной разработки соответствующих программ. В свою очередь МОО «Экстрим-прогресс» реализовала программу «Развития Сноуборд фристайла в Ямало-Ненецком автономном округе на 2016-2020 год» (на данный момент занимается расширением географии). Которая вошла основу создания Региональной общественной организации «Федерации сноуборд фристайла и популярных уличных видов спорта Ямало-Ненецкого автономного округа».

Для начала организации школы сноуборд фристайла в городе Барнаул на зимний период 2017–2018 года будут организованы 2 группы начинающие и прогрессирующие.

— Начинающие. Для детей от 8 до 16 лет (обучение с нуля) приоритет отдается детям состоящих в трудной жизненной ситуации, находящихся в группе риска — 10 человек.

— Прогрессирующие. Уверено катающиеся на сноуборде с 10 до 17 лет до 20 человек со своим инвентарем.

Совместно с комиссией по делам несовершеннолетних и защите их прав при Администрации города Барнаул, будут проводиться встречи с детьми которые состоят в группе риска и находиться в трудной жизненной ситуации. Под присмотром социальных педагогов, опытные спортсмены, сноубордисты, во время таких встреч будут рассказывать о горнолыжном спорте, что необходимо знать и уметь, чтобы им заниматься. Будет организован показ фильмов о сноубординге и жизни спортсменов, узнают какие бывают стили катания, какие виды досок, как строятся сноуборд парки, трамплины, узнают как правильно выбрать сноуборд, правила поведения в горах на склоне и многое другое.

Такой метод позволит определить степень заинтересованности детей этой категории к данному виду спорта, позволит сформировать социальную группу для дальнейшего обучения и нормальной социализации в обществе. Необходимо отметить, что в этих встречах смогут принять участие любой желающий а информация о таких мероприятия буде заранее распространена в СМИ. Процесс обучения будет проходить на безвозмездной основе для обучающихся в «начальной» и «прогрессирующей» группах в 2017 году.

Анализ и оценку деятельности реализации мероприятий можно проводить, используя следующие инструменты:

- Сбор и анализ статистической информации, посещаемость занятий, количестве проведенных мероприятиях, привлеченных к занятием спорта и т.д.;
- Анализ сообщений в СМИ и интернет (негативно/позитивно);
- Анкетирование, проведение опроса получателей социальных услуг их законных представителей.

Реализация проекта позволит снизить напряженность в вопросах недостаточной инфраструктуры для занятий популярными среди молодежи экстремальными и другими видами спорта в Барнауле и соседних территорий;

— позволит привлечь подрастающее поколение к занятиям физической культурой и спортом;

— создаст условия для повышения уровня профессионального мастерства спортсменов;

— появятся дополнительные условия для активного досуга, занятости молодежи, подростков и детей;

— появятся условия для самореализации молодежи, становлению как личности и оздоровлению;

— обеспечит профилактику асоциального поведения, наркомании, алкоголизма, беспризорности и безнадзорности;

Кроме того планируемая МОО «Экстрим-прогресс» организация краевого сноуборд лагеря для молодежи Алтая. Станет площадкой по обмену опытом среди активной Алтайской молодежи увлеченной популярными уличными видами спорта, для реализации позитивных технологий в сфере физической культуры в своем муниципалитете.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦСЕТЕЙ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ АУДИТОРИИ

Д. М. Каменецкая

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — А. В. Ковалева, д. соц. н., профессор

Трудно недооценить развитие технического прогресса в современном мире. Еще 10 лет назад мы не могли представить, что сможем в любой момент времени получать почти неограниченный доступ к необходимой информации посредством смартфонов, планшетов и ПК. Одним из инструментов оперативной, а самое главное — недорогой передачи информации большим группам пользователей все чаще становятся соцсети. В наших интересах выяснить, как можно использовать данный ресурс для достижения наибольшего результата.

Самой широкой группой использующей соцсетей для передачи информации, безусловно, является молодежь, а в частности, студенты. Современный студент — это всесторонне развитый, социально активный молодой человек, который проводит в соцсети, по оценкам исследователей, около 5 часов в сутки. Большинство использует их для общения, обучения, а также в качестве почти единственного источника информации о событиях в мире, стране и городе. Именно поэтому соцсети становятся важным каналом для обмена информацией со студенческой аудиторией.

Большинство социальных сетей позволяют на сегодня использовать все средства визуальной коммуникации: текст, фото, видео, новостные блоки, именно здесь студент может получить ответы на интересующие его вопросы. Например, «ВКонтакте» позволяет создавать сообщество организации, в котором оперативно размещаются все интересующие студента новости, разделы сообщества позволяют получить всю необходимую информацию о деятельности организации, а также вести обсуждение важных вопросов с администраторами сообществ и другими студентами. Именно поэтому ВУЗы озадачились созданием своих страничек в соцсетях.

Алтайский государственный университет — не исключение, у нашего ВУЗа есть свое сообщество «ВКонтакте», однако более широкое поле для исследования представляет собой сообщество студенческой профсоюзной организации, Лиги студентов АГУ, которое не только имеет более широкую аудиторию, но также ведет работу со студентами АГУ в других социальных сетях, таких как Instagram и Telegram. В сообществе «Лига студентов АГУ» «ВКонтакте» налажена система постоянного информирования и привлечения студентов к мероприятиям, публикуется необходимая в учебном процессе информация, а также функционируют еженедельные развлекательные рубрики.

Социальные сети структурируют информацию, привлекают внимание студентов к деятельности организации, позволяя студенту с первого курса влиться в среду, и, возможно, в дальнейшем проявлять активное участие в жизни университета. К тому же, такой формат работы позволяет не только налаживать контакт со студентами, но и проводить оперативную работу с абитуриентами. Таким образом, можно сказать, что виртуальное сообщество студентов переходит в новую качественную форму.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Верченова, Л.Н. Социальные сети и виртуальные сетевые сообщества /Л.Н. Верченова, Д.В. Ефременко, В.И.Тищенко.— М., 2013. 360 с.

2. Государственная программа «Информационное общество» (2011-2020 годы) [Электронный ресурс].— Минкомсвязь России, 2017 — Режим доступа: http://minsvyaz.ru/ru/activity/programs/1/ (дата обращения: 04.11.2017);

3. Опрос молодежи: досуговые и интернет-практики [Электронный ресурс]. — Опрос Фонда Общественного Мнения, 2016 — Режим доступа: http://fom.ru/Obraz-zhizni/13103 (дата обращения: 04.11.2017).

БРЕНД ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Е. А. Керн

Алтайский государственный университет

Научный руководитель Е. В. Валюлина, к. ф. н., доцент

К настоящему времени в рамках присоединения РФ к Болонской конвенции осуществлен переход к многоступенчатой модели образования» [1]. Сейчас существует огромное количество «различных форматов учебных заведений, усиливается различие программ образования, которые помогают высшим учебным заведениям удовлетворить запросы потребителей в отношении качества предоставления и состава образовательных услуг.

На сегодняшний день тема продвижения организаций с помощью системы коммуникационных средств является весьма актуальной. Вокруг нее не прекращаются дискуссии и разговоры. А продвижение высших учебных заведений с помощью PR, маркетинга и рекламы на сегодня является одной из интереснейших проблем.

Как известно, сегодняшний потребитель образовательных услуг — очень капризный и непостоянный спутник. Он требователен и уже достаточно избалован огромным количеством предлагаемых вузов, учебных программ и форматов обучения, поэтому руководителям образовательных учреждений их бренд-менеджерам, если такая должность вообще есть в штате, необходимо постоянно дер-

жать руку на пульсе рынка и делать все возможное для увеличения числа своей лояльной аудитории с помощью коммуникативных средств.

Сегодня все больше и больше студентов выбирают образование за рубежом. Университеты Швейцарии, Германии, Франции пользуются популярностью не только у студентов и абитуриентов из больших городов, например, как Москва, но и из таких маленьких и отдаленных, как Барнаул, Томск и Тюмень. Каковы факторы такого успеха зарубежных вузов? Конечно, безусловно, можно назвать преимуществами и разнообразие программ обучения, возможность бесплатного образования в государственных университетах и высших школах, да и построение самого учебного процесса намного отличается от российского. Например, студент сам выбирает из большого количества предложенных ему вариантов нужное количество предметов и сам строит свое расписание. Мало того, если студент еще не знает французского, немецкого или английского языка, вузы предлагают возможность обучения при университете, закончив которые и сдав экзамен, студент автоматически зачисляется на выбранную специальность.

Еще одним немаловажным фактором является возможность проходить практику в лучших европейских компаниях, пользоваться службой студенческого обмена для стажировкb в столичных вузах — в Венском государственном университете, университете Цюриха, Техническом университете Мюнхена. Также дополнительным бонусом является то, что студент может обучаться на программе двойного бакалавриата и получить диплом сразу по двум специальностям, спустя четыре года обучения. И это только то, что касается самого процесса образования…

Теперь я хочу немого рассказать об еще одном важном факторе, который получает студент при обучении в вузах Европы — это система бонусов, которая доступна как на бакалавриате, так и в магистратуре. Например, учась в Австрии, студент получает специальную студенческую карточку, при которой возможно большие скидки на все виды транспорта, даже на авиаперелеты! Скидки действуют везде — в магазинах, кафе, студенческих столовых. Данная система бонусов также распространяется на сферу развлечений — кино, музеи, выставки. Ну и конечно, уровень жизни сильно отличается от российского, даже если взять для примера студенческие общежития, которые предлагают университеты у нас и у них.

Но так ли все плохо в российской системе образования? Ведь у нас тоже есть огромное количество плюсов, про которые просто никто не знает. В чем же еще секрет успеха европейских учебных заведений? На этот вопрос мы и попытаемся ответить в нашем исследовании.

«Вузам необходимо осознать важность активного использования инструментария формирования брендов для управления принятием решений и поведением абитуриентов. Требуются серьезные исследования рынка образовательных услуг и совершенствование методов привлечения потребителей. Брендинг, являясь одним из современных и эффективных способов привлечения и удержания внимания потребителей, наилучшим образом отвечает этим вызовам» [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лигидов Р.М., Таппасханова Е.О., Дотдаева А.Ю. бренд как фактор повышения конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг // Современные проблемы науки и образования. — 2014.–№6.; URL: https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17020 (дата обращения: 04.11.2017).

ЛОНГРИДЫ В РЕАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ФУНКЦИИ ЖУРНАЛИСТА

О. Е. Килина

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — В. В. Витвинчук, к. ф. н., доц.

В современном мире наблюдается усиление тенденции к возрастанию роли визуализации в материалах СМИ. Визуальный контент включает в себя визуальную информацию, которая сопутствует тексту. На данный момент реципиент не станет останавливаться на сухом тексте, размещённом в СМИ без использования инструментов визуализации, так что визуализация помогает заинтересовать и удержать потребителя. Визуальный эффект глубже проникает в сознание аудитории, вызывает ассоциации, воздействуя на память [Пильгун, 2015].

Появление видео и аудио-контента среди обычных текстов подтверждает тезис: привычное вербальное изложение истории, или нарратив, форма которого отработана в традиционной журналистике, сегодня далеко не единственный способ доставки смысла. Тенденция к мультимедийности и визуализации и спрос на длинные тексты, которые предоставляют дополнительную информацию, положили начало лонгридам.

В нашей работе мы попытаемся раскрыть понятие «лонгрид», обозначить его составные элементы, выявить особенности его воздействия на аудиторию учащихся. А также исследуем различные аспекты использования мультимедиа в образовании, её технические и психолого-педагогические особенности.

Актуальность данной работы заключается в том, что, несмотря на интерес к лонгриду, он мало изучен с научной точки зрения, а особенно — как способ обучения аудитории новой информации. Также наш интерес к данной теме обусловлен тем, что такой формат журналистского материала удобен и интересен читателю, лонгрид реализует культурно-образовательную функцию журналистики.

Среди целей нашего исследования можно выделить:

- Сбор и классификация эмпирического материала об особенностях лонгридов;
- Обозначение основных элементов мультимедийного проекта;
- Выявление факторов, позволяющих считать лонгрид эффективным способом обучения школьников или студентов.

Эксперты в области мультимедийных технологий отмечают: наиболее важным критерием компетентности журналиста становится умение работать с визуальной информацией. Современный потребитель информации хочет не столько читать её, сколько видеть, ощущать, самостоятельно моделировать картину мира в тексте [Балмаева, 2010].

Лонгрид — формат подачи журналистских материалов в интернете. К его отличительным особенностям относится большой объём текста, разбитого на части с помощью различных мультимедийных элементов: фотографий, видео, аудио, инфографики и других. Формат лонгрида предполагает чтение материала с различных электронных носителей [Словарь новых медиа, 2016].

Почему в эру Twitter журналисты и читатели начали активно обращаться к лонгридам? Во-первых, преобладание большого потока коротких новостей, в основном, заметок, в интернет-СМИ не означает, что аудиторию СМИ не интересуют длинные тексты. Мультимедийные лонгриды сформировались как новая, эволюционная форма журналистской статьи в интернете. Во-вторых, обширный набор простых и недорогих инструментов для создания мультимедиа и публикации самих лонгридов превратили процесс их подготовки в доступный даже для тех, кто никогда их не создавал. В-третьих, в таких проектах все еще воздействует на аудиторию «вау-фактор»: люди часто смотрят и делятся мультимедийными лонгридами, потому что их завораживает анимация на веб-страницах, полноэкранные фотографии, которые погружают читателя в историю [Пуля, 2015].

В современном мире, каждый день усваивая большой поток информации, аудитория не внимательно читает, а, скорее, просто просматривает тексты. Исследования доказывают, что количество времени, которое аудитория проводит за чтением газет и журналов, существенно идёт на спад. Острее всего эта проблема стоит в молодежной среде.

Возникновение цифрового сторителлинга помогло решить такую проблему, как привлечение аудитории к чтению длинных текстов и развитие интереса к чтению у молодёжи. Раз темы для лонгридов многовариантны (от образовательных до развлекательных), можно сделать вывод: сторителлинги можно применять в образовательном процессе, на школьных и вузовских предметах.

Компетентный преподаватель должен организовать обучение таким образом, чтобы занятия (уроки, пары) по его предмету не снижали у учащихся уровня мотивации к обучению. В этом ему как раз может помочь использование «длинных историй» как нового способа представления информации в сети Интернет.

Применение современных информационных технологий представления информации в лонгридах на уроках помогает преподавателю организовать активный обмен информацией между участниками учебного процесса; обеспечить широкую вариативность обучения; визуализировать учебный материал. Урок или пара становятся более интересным и насыщенным, так как информация запоминается и усваивается учащимся быстрее [Дорошенко, 2016].

Мультимедиа будет средством для повышения эффективности обучения в общеобразовательной школе, если удовлетворяет следующим требованиям [Вертлугина, 2016. С. 75]:

- увеличивает познавательный интерес учащихся;
- отвечает практическим потребностям учителя и ученика;
- обладает универсальностью в использовании;
- базируется на общепринятой учебной программе;
- основывается на других дидактических материалах;
- содержит научную информацию.

Таким образом, на сегодняшний момент исследователи подчёркивают важность мультимедийных технологий. Большинство педагогов и психологов понимают, что современные образовательные учреждения нуждаются в целенаправленном и плодотворном внедрении мультимедиа в учебно-воспитательный процесс средней и высшей школы. Современные информационные технологии (в том числе применение лонгридов) открывают учащимся доступ к нетрадиционным источникам информации, позволяют реализовать принципиально новые формы и методы обучения, которые позволяют повысить эффективность обучения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вертлугина Н.О. Организационно-педагогические условия применения мультимедиа технологий в повышении эффективности подготовки бакалавров профе ссионального обучения [Текст]: Дис. канд пед. наук Н.О. Вертлугина, 2016. — 181 с.

2. Дорошенко Т. В. Применение лонгридов в обучении информатике в школе // Инновационные процессы и технологии в современном мире. –2016. — Вып. 1. — С. 32–34.

3. Пильгун М. А. Transmedia Storytelling: перспективы развития медиатекста // Медиаскоп. — 2015. [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/?q=node/1773

4. Пуля В. Как создать мультимедийный лонгрид// Mediatoolbox. — 2015. — №2. [электронный ресурс]. Режим доступа: http://mediatoolbox.ru/longread/

5. Словарь новых медиа. 26.02.2016. [электронный ресурс]. Режим доступа: http://mediatoolbox.ru/dictionary/#rec2557567

РЕБРЕНДИНГ ПРОДУКТОВОЙ МАРКИ (НА ПРИМЕРЕ «АЛТАЙСКОГО МЕДОВОГО ПРЯНИКА»)

А. С. Кузьмина

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — Л. М. Комиссарова, к. филол. н., доцент

Брендинг относится к числу важнейших элементов, которые входят в комплекс рекламных, маркетинговых и PR-мероприятий по созданию долгосрочного предпочтения товара.

Эффективность продвижения продукта на рынке во многом зависит от его позиционирования в системе брендинговых коммуникаций. Исходя из недостаточной изученности брендинговых технологий, вытекает проблема создания необходимого образа в сознании потребителя, а также идентификации товара и его производителя на рыночном пространстве.

Основной целью брендинга (в особенности, продуктов питания) является завоевание конкурентных преимуществ за счет содержания уникальности и имиджа бренда в глазах потребителей. «К сожалению, этот современный инструмент маркетинга в российской пищевой промышленности используется крайне мало и неэффективно, в то время как зарубежные товаропроизводители уже давно умело пользуются его преимуществами для завоевания позиций на внутреннем и внешнем рынках». [3, с. 6].

Как и любая система, брендинг имеет свою структуру и этапы построения бренда, которые, в свою очередь, будут последовательно рассмотрены на примере продуктовой марки «Алтайский медовый пряник».

«Алтайский медовый пряник» — продукт кондитерской студии «Глазурь». В его состав входят натуральные ингредиенты, выращенные и произведённые на Алтае. Изначально задумывался как эксклюзивный съедобный подарок. Входит в категорию сувенирная продукция (в 2015 г. получил гран-при всероссийского фестиваля в номинации «Гастрономический сувенир»). Основной целью изменения коммуникационной стратегии стало расширение производства и выход в категорию продукта ежедневного потребления. Продвижение регионального продукта запланировано как локально (на территории края), так и с выходом в дальнейшем на широкий рынок Москвы. Таким образом, следует отметить факт создания положительной репутации Алтайского края: производство натурального, экологически чистого продукта ручного производства.

В задачи ребрендинга продуктовой марки «Алтайский медовый пряник» входит:

- Анализ рыночной среды
- Платформа бренда
- Метафора бренда
- Визуальная идентификация
- Концепция упаковки
- Развитие бренда в рекламных коммуникациях.

В ходе исследования был проведён анализ тенденций глобального рынка (ЗОЖ, уменьшение упаковки, ценовая чувствительность потребителя и т.д.), а также потребительских тенденций:

- Натуральность, экологичность
- Разнообразие вкусов
- Сознательное потребление
- Качество производства
- Безопасность
- «Опыт важнее потребления / владения».

В свою очередь, был проведён анализ конкурентного окружения продукта, а также выделены прямые и косвенные конкуренты методом поиска в Интернете, анализа отзывов потребителей. С целью

выделения целевой аудитории, а также ядра целевой аудитории была проведена сегментация рынка (т.е. деление потребителей на группы по устойчивым признакам).

Для наиболее точного выделения ядра целевой аудитории был составлен портрет ЦА, включающий психологические характеристики, на основе метода анкетирования, а также мониторинга социальных сетей (социальных страниц компании «Алтайский медовый пряник») и выделение наиболее активных потребителей:

Женщина (25-35 лет); есть дети; заработок выше среднего. Активна, общительна, заботливая мама. Готовит дома вкусную полезную еду. Покупает продукты в магазинах правильного питания и супермаркетах домашней еды. Ценит всё созданное руками и обращает внимание на оформление продукта. Заботится о здоровье и внимательно читает этикетку. Стиль жизни: Мама 24/7

Также были выделены мотивы и барьеры потребления. Опираясь на проведённое исследование, было определено позиционирование продукта в двух направлениях: «новое полезное лакомство к чаю» (размещение на полке) и «пряничный перекус» (размещение в прикассовых зонах).

Затем обозначена платформа бренда: ценности, характер (стиль), миссия бренда, а также прогноз на будущее. Ценности, которые должен нести в себе бренд:

- Вкус
- Забота/любовь
- Натуральность
- Общение на равных
- Новизна
- Алтай.

Исходя из первых двух этапов построения бренда, была выделена метафора бренда: «Воспитание пряником — ПРАВИЛЬНОЕ восПИТАНИЕ».

Суть метафоры состоит в том, что существует известный фразеологизм «Метод кнута и пряника», который означает методы воспитания: наказание и поощрение. В данном случае, отчасти «пряник» — понятие буквальное.

Основываясь на стиле жизни ЦА, можно сделать вывод о важности таких ценностей как «забота» и «воспитание». «Пряник» — воспитание поощрением. В рамках бренда, смысл раскрывается так: «несмотря на все шалости и проделки ребёнка к нему относятся с заботой, терпением и поддержкой». Поэтому такая модель воспитания, отчасти более правильная. Стоит отметить, что современная форма воспитания достаточно изменилась и большинство родителей, склоняются именно к этому варианту. Выделение цветом «правильное питание» указывает на натуральность и полезность продукта.

Данный смысл, заложенный в метафору, поддерживается серией иллюстраций, которые будут находиться на упаковке продукта. В качестве метода визуальной идентификации продукта был использован «сторителлинг» в комплексе со специально разработанными иллюстрированными сказками-вкладышами для детей. В дальнейшем это может использоваться, как маркетинговый приём сбора коллекции.

Таким образом, путём поэтапного исследования, выстраивания стратегии, вербальной и визуальной идентификации, а также внедрения с помощью рекламной коммуникации, была разработана концепция ребрендинга продуктовой марки «Алтайский медовый пряник» как продукта ежедневного потребления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Музыкант, В. Л. Формирование бренда средствами PR и рекламы / В. Л. Музыкант. — М. : Экономистъ, 2005. — 193 с.

2. Аакер, Д. Создание сильных брендов / Д. Аакер. — М. : Издательский дом Гребенникова, 2003. — 223 с.

3. Макашева, З. М. Брендинг : Учебное пособие / З. М. Макашева, М. О. Макашев. — СПб. : Питер, 2011. — 6 с.

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Л. Е. Микшина

Алтайский государственный институт культуры

Научный руководитель — Н. Б. Колесник, доцент кафедры дизайна и архитектуры

1. Упоминание о милосердии сослано из города. В 18 км от центра находится Барнаульский аэропорт, а напротив него 3 рекламных щита: «Нет разницы: инвалид — не инвалид. Люди так не делятся»; «Благополучная семья — успешный город», «Девиз семьи — единство» с детским рисунком; напоминание о том, что у полиции есть телефон доверия.

2. Плохая попытка заботы о людях — социальная реклама от Администрации города, появляющаяся ради отчёта и исчезающая после определённого праздника.

3. М.И. Пискунова дает такую дефиницию социальной рекламе: «Я понимаю социальную рекламу как форму общественной рефлексии, как осознание гражданской ответственности, как показатель мужества и честности не только осознать социальные проблемы, но и призывать к решению, используя один из самых современных каналов коммуникации, рекламный» [1].

Социальная реклама — это проявление доброй воли общества, его принципиальной позиции в отношении социально значимых ценностей.

Развитые страны относятся к социальной рекламе как к своеобразному лекарству, инструменту профилактики человеческих бед. Такова и должна быть высокая миссия социальной рекламы. При существующих темпах эволюции и развития общества этот вид рекламы становится все более масштабным видом коммуникации [2].

Социальная реклама — вид некоммерческой рекламы, направленный на изменение моделей общественного поведения и привлечение внимания к проблемам общества.

Социальная реклама от обычной рекламы отличается тем, что не призывает что-то покупать, а привлекает внимание людей к какой-то социальной проблеме или пытается изменить модель поведения общества — например, привить привычку не разжигать костры в лесу.

Социальную рекламу можно сравнить со спасительным человеческим светом маяка нравственности в шторме океана коммерции и жажды наживы.

Официально история социальной рекламы насчитывает чуть более ста лет, но её элементы можно разглядеть даже в Нагорной проповеди Иисуса. По действующему российскому законодательству социальная реклама — это «информация, направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства». Если так, то и знаменитый плакат «Ты записался добровольцем?» 1920 года — тоже социальная реклама.

В России первой широко известной кампанией социальной рекламы на всех центральных каналах стала серия роликов «Позвони родителям», создателем, которого стал негосударственный Рекламный Совет, организованный в Москве в 1993 году рекламной фирмой «Домино» для создания единых рекламационных продуктов по социальным проблемам.

Термин «социальная реклама» употребляется только в России. Во всём мире понятию социальная реклама соответствуют понятия «общественная реклама» или «некоммерческая».

Классификация социальной рекламы.

Российские и зарубежные учёные выделяют 4 подвида социальной рекламы:

1) некоммерческую;

2) общественную;

3) государственную;

4) социальную.

Выделяют 2 вида социальной рекламы:

1) Реклама ценностей. Она существует во всём мире, философски цельна и не требует присутствия бренда создателя.

2) Информационная социальная реклама — это вид рекламы, который привлекает внимание к очень важным проблемам общества, социальным программам, она продвигает социальные программы, услуги, организации. Главное — наличие в рекламе обратной связи. Если вскрывается проблема, то цель такой рекламы состоит в том, чтобы дать зрителям возможность выбора способов решения этой проблемы, или реакции на нее. В такой рекламе обязательно должна быть надпись с указанием контактов.

Социальная реклама на современном этапе занимает лишь 1% рекламного рынка (ведь продавать гораздо легче, чем переделывать мир).

На улицах Барнаула можно встретить такие щиты: «Цените близких!» Совкомбанк. «С любимыми не расставайтесь» МТС.

Это типичный пример использования социальных лозунгов и ценностей в коммерческих целях (данный слоган ассоциируется в первую очередь с социальными мотивами и программами).

Пространство для рекламы и на рекламных щитах наполнено не тем. Рекламой продовольственных магазинов, их ассортиментом, ее много и это правильно. Эта рекламы нужна. Но пивные! Зачем столько?

Я не буду говорить, что пивных много, но если каждую пивную представить канистрой и свинтить с нее крышку, то сфонтанирует многолитровое содержимое и затопит Барнаул. Где найти место для социальной рекламы в городе, где всё пространство куплено враждующими сотовыми операторами и магазинами между собой за клиентов? Социальной рекламе уделяется мало места, ибо её печать невыгодна. Она появляется в преддверии праздников вроде «Дня защиты детей» и «Дня победы». Но души там нет и её появление на одних и тех же местах напоминает хорошо выполненную, но давно надоевшую исполнителям рутинную работу. Появляются действительно хорошие вещи к небольшим конкурсам, но это редкость. В этом отношении радует реклама от ГИБДД и ДПС, она никуда не исчезает после праздников, стабильно уберегая, заметивших её, от критических ошибок на дороге. Например, две социальные рекламы от Госавтоинспекции города Барнаула расположены на ул. Малахова: «Какое кресло выберешь ты?» и «Или пить, или водить»

Нужно быть честными и признать, что такая ситуация не только в Барнауле. Но в Барнауле я увидела пивную, расположенную по адресу Павловский тракт, дом 136, под названием «Охотский берег», зазывающую своим ассортиментом посетить ее родителей с детьми, ведь там продают «охлаждённые разливные напитки для детей и взрослых». Не мудрено, что социальная реклама о полной и не пьющей семье находится почти за 8 км от этой пивной. Насилие в семье начинается с пьяного родителя. А ребёнка, пьющего, например, лимонад в месте, где его отец вместе с ним пьёт пиво, нельзя назвать счастливым. Кто бы хотел видеть своих родителей пьяными? Да никто.

Социальная реклама в Алтайском крае в зародыше. Нужно мотивировать рекламодателей размещать рекламу социальную. Если привлекать дизайнеров и заинтересовывать в её размещении и печати издателей, можно изменить зрителей к лучшему, призвать ценить моральные качества и соблюдать поведенческие нормы, заботиться о собственном здоровье, уважать старших, не имея финансовой выгоды, но имея отличное настроение и осознавая вклад в развитие общества.

Редко где в Барнауле можно встретить социальную рекламу. Она была, но её убирают. Такая важная социальная реклама, как призыв помочь больным детям, вытесняется рекламой наиболее дешёвого пылесоса, нежели в других магазинах. Мы перестаём быть людьми, если думаем лишь о выгоде. Но это не наши мысли. Это навязывание хозяев магазинов и закупщиков товаров. Их желание продать с подбором лучших визуальных эффектов — и вот мы уже забыли о том, что раньше здесь висел прекрасный плакат о ценности семьи. Надо такую ситуацию менять.

Необходимо создание специальных институтов, регулирующих социальную рекламу, необходимо обязательно увеличить долю видеороликов социальной рекламы на телевидении, ввести вознагра-

дение за этот вид деятельности, ведь такой вид рекламы становится привычной информацией для всего населения и может больше внедриться в нашу жизнь, способствуя социальной поддержке населения, может повлиять на культуру нашей страны и на многие процессы, необходимые, например, для оздоровления нации. От разви-тия социальной рекламы в значимой степени зависит сознание общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пискунова М.И. Социальная реклама как феномен общественной рефлек-сии. М.:Паблик рилейшнз в системе коммуникаций, Факультет журналисти-ки МГУ, 2004. — С. 174.

2. Степанов Е. В. Социальная реклама в России: генезис, жанры, эволюция. — М.: Комментарии, 2006. — С. 16.

3. Библиотека маркетолога. Социальная реклама. [Электронный ресурс] Ре-жим доступа: http://www.marketing.spb.ru/lib-comm/advert/social_adv.htm/

4. К кому и как обращается социальная реклама в Алтайском крае? [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.altai.aif.ru/society/1135809/

СТРАТЕГИИ И МЕТОДЫ СПИН-ДОКТОРИНГА В СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Д.В. Мишкина

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — В.В. Витвинчук, к.ф.н.

Спиндокторинг (англ. Spindoctoring — необъективное изложение информации) — искажение фактов, по-вествований о событиях, различных объектах и личностях с целью повлиять на мнение определенного круга людей и извлечь из того выгоду. Это один из самых распространенных методов пиара, активно использующийся в СМИ (к примеру, в интернет-изданиях) для улучшения или ухудшения имиджа компании, конкретного деятеля, интернет-ресурса. Именно благодаря хорошей работе спин-докторов Рональд Рейган победил на выборах.

Стратегические этапы деятельности спин-докторов подразделяются на:

До-спин — подготовка перед событием;

После-спин — освещение события в лучшем свете;

Торнадо-спин — попытка перевести общественный интерес в другие сферы;

Контроль кризиса — управление событиями, выходящими из-под контроля;

Уменьшение ущерба — управление событиями, уже не поддающимися контролю, с целью предотвращения нанесения дальнейшего ущерба.

Основными приёмами, использующимися на протяжении всех этапов, являются:

— сокрытие порочащих сведений;

— публикации статей заказного характера, направленных на целевую аудиторию;

— подача ложной и непроверенной информации;

— представление публике различных событий с точным сценарием и специально подобранным видеорядом, чтобы обратить внимание на нужные моменты;

— разглашение определенных аспектов.

Основные методы спин-докторинга:

В случае, если клиент обращается к аудитории не напрямую, а при посредничестве СМИ, могущих кардинально изменить предполагаемую интерпретацию. Самыми известными приёмами против такого посредничества являются как выступление клиента в прямом эфире, так и формулирование коротких и броских фраз, которые в статьях не могут ни обрезать, ни перефразировать. Во французском языке для такого метода общения с прессой существует термин: «деревянный язык». Это язык (так называемый «новояз»), часто использующийся пресс-секретарями французского правительства.

Также в ходе своей работы спин-доктор сталкивается как с негативным, так и с позитивным восприятием событий. В случае негативного восприятия возможными стратегиями являются замещение события другими (запуск плохой новости одновременно с другими, не менее важными) или смещение акцентов (сообщение нежелательной новости в момент обсуждения более значительного события). Столкнувшись с негативным освещением события, спин-доктор может переключить внимание изданий и их аудитории на другое негативное событие.

В случае позитивного восприятия события спин-доктор закрепляет эффект, максимально «продляя жизнь» новости (в среднем на 7–10 дней). Примером данной стратегии является увеличение количества упоминаний события в медиа, а также сопоставление и постановка в один ряд с важными другими событиями — данный метод позволяет спин-доктору обеспечить своему событию почётное место в истории.

Ещё один распространённый приём в работе спин-доктора — создание информационного вакуума. При отсутствии информации любое заявление клиента кажется эксклюзивом и не может не привлечь представителей различных изданий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Амзин А. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016. — 304 с.

2. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учебное пособие для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой. — 2-е изд. — М.: Аспект Пресс, 2013. — 464 стр.

3. Goldstein, T. Journalism and truth : strange bedfellows / Tom Goldstein. — Evanston, Illinois.: Northwestern University Press, 2007. — 209 p.

МИФОЛОГИЯ ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ СИМВОЛОВ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

А. В. Пилипенко

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — Т. А. Семилет, д. филос. н., профессор

В своем исследовании геометрическихmсимволов в массовой коммуникации мы опираемся на основные положения теории Ю. М. Лотмана, изложенные им в работе «Структура художественного текста» [2]. По мнению ученого, каждый элемент текста взаимосвязан с другими элементами «внутритекстовой структуры». Соответственно при таком подходе художественный текст воспринимается как комплекс огромного количества смыслов, как некое подобие упорядоченной геометрической структуры.

Традиционно во многих мифологических системах круг и квадрат, в отличие от других геометрических форм, считались совершенными фигурами [5]. Их соотношение представляло собой единство и борьбу противоположностей.

Круг — единственная фигура, представляющая собой линию, которая не имеет ни начала, ни конца и все точки которой эквивалентны. Поэтому круг превосходит все другие геометрические формы в совершенстве формы. Круг традиционно использовался для выражения идеи вечности, так как движение по кругу символизировало постоянное возвращение к исходной точке. Кроме того, он является древнейшим мистическим символом, традиционно обозначающим Небо, Вселенную и Вечность [5].

Квадрат (прямоугольник) и фигуры, являющиеся его плоскостными и объемными производными (к примеру, куб) традиционно воспринимались как более устойчивые формы, а потому считались символом стабильности и фундаментальности. Квадрат, в большинстве мифологических систем, символизирует землю.

В мифологическом сознании круг и квадрат тесно связаны. В единстве они представляют собой геометрическую композицию, символизирующую космический порядок, данные образы, как небо и земля, выражают парадоксальные, противоречивые, принципы бытия, а также отражают дуальность мира.

Рассмотрим это на примере произведений Т. Толстой.

В художественной картине мира Т. Толстой (сборник рассказов «Белые стены») образы круга и квадрата, являются базовыми, структурными элементами [4]. Прежде всего, обращает на себя внимание тот факт, что в данном сборнике есть рассказы, отражающие в названии данные геометрические формы: «Круг» и «Квадрат» [3]. Данные заглавные образы подобны колоннам, поддерживающим все здание художественного мира, тщательно выстраиваемого писателем. Являясь мощными архетипами, вступая во взаимодействие друг с другом в сознании читателя, образы круга и квадрата структурируют, упорядочивают весь художественный материал данного сборника рассказов [6].

Художественный мир Толстой наполнен предметами, повторяющими форму колеса, как некого аналога круга. Колесо традиционно символизирует диалектику вечного движения, является символом Солнца, жизненного цикла, вечного обновления, символом движения не только во Вселенной, но и в человеческом обществе. Отражает и традиционное представление о колесе Фортуны, судьбе отдельного индивида, ассоциируется и с весьма распространенной в античности и средневековье казнью — колесованием.

Разные значения образа колеса в картине мира Толстой рождают причудливый, исполненный горькой иронии образ человеческой судьбы. Таким образом, в художественной картине мира Толстой образ колеса воплощает вечный закон движения, как тотальный закон бытия.

Особенно часто образ круга в произведениях Толстой предстает в космических образах Солнца и Луны. Частое употребление данных художественный образов, не только придает космизм, но и через антонимичную семантику данных образов словно обнажает сам механизм вечного движения.

Обращает на себя внимание и прямоугольник. Данный образ заявлен как в плоскостном варианте (квадрат), так и в объемном (куб). В отличие от круга, и его производных (овал, дуга и пр.), прямоугольные фигуры, в первую очередь, связаны больше с земным миром, что обусловливает их более устойчивая форма.

В отличие от круга, символа вечного движения, прямоугольник, квадрат, куб и их аналоги в художественном мире Т. Толстой символизируют некую опору и призваны создать иллюзию относительной стабильности жизни человеческой и миропорядка в целом.

Однако в художественной картине мира геометрическая форма отражает и особый взгляд на мир писателя. Образы прямоугольников представлены в разных модификациях, наполненных индивидуально-авторскими семантическими элементами. Отметим наиболее значимые из них.

Чаще других (32 раза) в рассказах сборника «Белые стены» встречается образ коробки как аналога куба или параллелепипеда. В большинстве случаев, образ коробки связан со сказочным, иллюзорным миром, скрытым внутри. Коробка — некая граница, разделяющая реальный и ирреальный миры. Она дает героям обманчивое ощущение защиты, опоры, возможности иной жизни. Образ коробки в художественном мире Толстой становится символом глубоко личного, затаенного, индивидуального начала, символом тайных сокровенных желаний, мечтающей и тоскующей души человека.

Обращает на себя внимание и образ квадрата. Данная геометрическая фигура в текстах Толстой многозначна. Во-первых, квадрат — это некий портал в иную реальность, призрачная возможность иного существования. Во-вторых, квадрат — это черная дыра, путь в никуда, тупик. В-третьих, квадрат является аллегорией страданий, мучений. В-четвертых, квадрат рождает ощущение жестко ограниченного пространства, тотальной несвободы человека.

Образ квадрата в художественных текстах Т. Толстой, имеет единое доминирующее начало: он призван выразить принципиальный трагизм жизни человеческой и невозможность что-либо изменить. И это возведено в абсолют, в некий закон бытия.

Итак, образы прямоугольных геометрических фигур в различных модификациях являются своеобразной аллегорией земного начала и частной жизни человека в художественной картине мира Т. Толстой. При этом они отражают не только древнейшие представления человека о земном существовании, но и своеобразный индивидуально-авторский взгляд на изображаемый предмет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лотман Ю.М. Структура художественного текста. — СПб.: «Искусство-СПБ», 1998.
2. Толстая. Т. Круг [Электронный ресурс]. — Режим доступа http://fantlab.ru/work149979
3. Толстая Т. Белые стены. — М.: ЭКСМО, 2004. — С. 163–182.
4. Тресиддер Д. Словарь символов. — М.: ФАИР-ПРЕСС, 1999.
5. Философской энциклопедический словарь. — М.: ИНФРА-М, 2011.

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ ЧАСТНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (ЧОУ «ЦЕНТР СЕМЬИ И ДЕТСТВА «ИМКА» Г. БАРНАУЛ)

К. Е. Ревякина

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — А. В. Ковалёва, д. с. н., профессор

Для характеристики существующей коммуникационной модели частного образовательного учреждения «Центр семьи и детства «ИМКА» (г. Барнаул), необходимо решить ряд исследовательских задач:

1. Дать общую характеристику организации и ее деятельности.
2. Обозначить целевые сегменты организации.

3. Охарактеризовать деятельность конкурирующих организаций.

4. Оценить эффективность работы каналов коммуникации Центра семьи и детства «ИМКА»

5. Дать рекомендации для создания оптимальной коммуникационной модели для ЧОУ «Центр семьи и детства «ИМКА».

В ходе решения поставленных задач получены следующие результаты.

Частное образовательное учреждение «Центр семьи и детства «ИМКА» — это комплекс, в котором гармонично уживаются очень разные направления: от сопровождения беременности до подросткового клуба, лагеря личностного роста, тренингового центра для родителей и языковых клубов для детей и взрослых.

Деятельность центра семьи и детства «ИМКА» сориентирована на такие целевые сегменты, как:

- *Беременные женщины,* проживающие в г. Барнауле, возможно уже с ребёнком, с хорошими жилищными условиями, уровень дохода средний, выше среднего, готовые к переменам, с активной жизненной позицией.
- *Семьи с детьми от 0 до 6 лет,* проживающие в г. Барнауле, возможно, проживающие в районе расположения центра семьи и детства, размер семьи 3-5 человек, уровень дохода выше среднего, высокий, с хорошими жилищными условиями, готовность к переменам, с активной жизненной позицией.
- *Семьи, в которых есть дети с задержкой развития,* проживающие в г. Барнауле, возможно, проживающие в районе расположения центра семьи и детства, размер семьи 3-5 человек, уровень дохода выше среднего, высокий, с хорошими жилищными условиями, готовность к переменам, с активной жизненной позицией.

На рынке дошкольных образовательных услуг в г. Барнауле работают 127 муниципальных и 37 частных дошкольных организаций [http://barnaul.org/?impaired=N]. Из них наиболее сильную конкуренцию центру семьи и детства «ИМКА» составляют организации:

1. Центр семьи и детства «Растём вместе»

Адрес: г. Барнаул, ул. Гоголя, д. 10А, Островского, 49; e-mail: info@rastem.ru, rastem@rambler.ru

2. Билингвальный детский сад «Bambini»

Адрес: г. Барнаул, ул. Павловский тракт 221, 1 этаж.

3. Центр раннего развития «Магис. Дети.»

Новый уникальный клуб для детей. 2000 кв. м. счастливого детства!

Адрес: г. Барнаул, пр. Красноармейский, 25 (ТОЦ Plaza, 2 этаж)

4. Центр развития ребёнка. Детский сад «Happy baby»

Адрес: г. Барнаул, ул. Папанинцев, 111, тел: (3852)72-02-50; режим работы: с 8:00 — 20:00; e-mail: happybaby-11@mail.ru

Рассмотрим каналы коммуникации в нашей организации — ЧОУ «Центр семьи и детства «ИМКА».

Коммуникация осуществляется посредством:

1. **Рекламы:** наружная реклама на информационных стендах в подъездах и лифтах жилых домов в Центральном районе (именно там преобладает наша целевая аудитория); радиореклама; печатная реклама в детских магазинах, в семейных кафе и книжных магазинах; активность через социальные сети (репостинг, распространение информации).

2. **«Паблик рилейшнз» (PR):** пресс-релизы в СМИ о прошедших мероприятиях: (http://www.ap22.ru/paper/Den-detskoy-knigi-otmechayut-v-stareyshey-biblioteke-Barnaula.html?_utl_t=vk), участие в краевых и всероссийских конкурсах «Лучший Детский сад Алтая», «Мир в объективе», Росток: «Мир спасут дети», Премия общественного признания «Престиж»; участие в городских мероприятиях: площадка доя детей на День города, на День защиты детей, партнёр краевого «Забега младенцев22», организатором которого является Мамочки22.ru; мероприятия внутри центра, связанные с государственными или всемирными праздниками, «свои» праздники: «Сороки», День победы, День защиты детей, «Семейный пикник» на День семьи любви и верности, 1 сен-

тября, «С днём рождения «ИМКА», «Праздник красок», Масленица, День детской книги, Новый год, День матери, Малые Олимпийские игры, 8 марта, 23 февраля.

3. **Стимулирование сбыта**: акции: приведи друга и получи скидку 10%; скидки: скидка первым 6 записавшимся в группу в соляную пещеру; розыгрыши призов: розыгрыш за репост, призы за участие в конкурсе: «Семейный фото — конкурс», «Я буду мамой»; введение новых услуг на основании запросов целевой аудитории: последние новинки — шахматы, «Мама, папа, я — здоровая семья» (семейный абонемент в соляную пещеру).

4. **Предоставление площадки** для проведения различных мероприятий: театр, цирк, детское ПДД, «Мадагаскар и камни огня» (МЧС рассказывают детям в игровой форме о различных ЧС)

5. **Сотрудничество со СМИ:** журнал «Я Покупаю. Дети», журнал «Автограф», журнал «Magazin», канал «Наши Новости» (Алтайский край).

Итак, можно сделать вывод, что модель коммуникации для «Центра семьи и детства «ИМКА» является рабочей для формирования положительного мнения об организации на данный момент времени. Для повышения эффективности коммуникационной деятельности можно предложить следующие рекомендации, направленные на достижение лучшего эффекта работы с аудиторией и повышения паблицитного капитала:

1. Использование такого канала коммуникации, как контекстная реклама в сети Интернет, РСЯ и SEO продвижение сайта организации www.ymcabarnaul.ru

2. Выход на площадки на общегородские праздники: День города, день защиты детей, масленица и т.д.

3. Создание интересного и яркого youtube канала о детях Центра «ИМКА»

4. Создание корпоративного СМИ для взаимодействия, как с внешней, так и с внутренней аудиторией.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Яковлев И. П. Основы теории коммуникации: учебное пособие / И.П. Яковлев. — СП, 2001. — 229 с.

2. Бландел Р. Эффективные бизнес-коммуникации. Теория и практика в эпоху информации: пер. с англ. / Р. Бландел. — Санкт-Петербург: Питер, 2000.

3. http://ymcacenter.ru

4. http://www.rastem.ru

5. http://www.bambini22.ru

6. http://www.magis-sport.ru/deti/

7. http://www.happy-sad.ru

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА РЕЧЕВУЮ КУЛЬТУРУ ПОДРОСТКОВ

С. П. Субботина

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — Т. А. Семилет, д. филос. н., профессор

В нашем исследовании мы предположили, что под влиянием социальных сетей как средства массовой коммуникации и телевидения как средства массовой информации у подростков возрастает степень употребления сленговых слов и в целом уровень владения языком снижается.

Результаты анкетирования, которое мы провели среди учащихся 8-11 классов, показали, что 93% учащихся считают, что уровень владения языком среди подростков снижается. В качестве причин, влияющих на снижение уровня владения языком, подавляющее большинство учащихся указали Интернет с чрезмерным употреблением сленговых слов, некоторые указали телевидение (данные варианты ответов были приведены в анкете, своих вариантов никто не предложил).

Молодежный сленг — совокупность диалектов, разговорной и бытовой речи молодёжи. Можно выделить несколько особенностей сленга молодежи: 1. Конкретная адресация речи: когда собеседник хочет скрыть смысл сказанного от остальных лиц. 2. Желание «влиться» в компанию, показать, что ты «свой». 3. Экономия времени, упрощение слов. Это нужно для тех, кто не хочет показаться «нудным» и медленным. 4. Возможность «блеснуть» знаниями в этой области. 5. Попытка показаться моложе или, наоборот, старше своего возраста. 6. Желание удивить, обратить на себя внимание окружающих. 7. Использование как средство выразительности речи.Весь сленг можно подразделить на три группы: подростковый сленг, молодежный сленг и сленг взрослых людей. Его разновидность — подростковый, или по-другому, школьный сленг, можно услышать в любом дворе, где встречаются ребята, примерно одного возраста до 15–16 лет.

Молодёжный сленг, примеры слов которого мы приведем ниже, пополняется с каждым годом. Пожалуй, самый объемный сборник «испорченных» слов — это сленг молодёжи. Словарь их практически полностью состоит из слов и фраз, заимствованных из иностранного языка. Такого распространения иностранная речь в русском варианте достигла благодаря повсеместному её использованию. Поэтому современный сленг всё больше похож на речь американцев с русским акцентом.

Современный сленг молодежи, словарь которого насчитывает более 12 000 слов, содержит в себе не просто перечень примеров, но и поделен на большое количество случаев, видов и форм употребления сленга (Компьютерный сленг — сисадмин — системный администратор, блины — диски, яблоко — продукция компании «Apple», забанить — заблокировать; студенческий — степуха — стипендия и мн. др.)

Эти слова знакомы практически каждому из нас, так как прочно вошли в наш лексикон благодаря своей узнаваемости и распространенности среди населения. Наиболее актуальная на сегодня **проблема** в Интернете — часто употребляемый мат, который в сети именуется «свободой слова» и цветет пышным цветом. А возможно ли общество, употребляющее ненормативную лексику, назвать цивилизованным?

Среди учащихся школы мы провели анкетирование, результаты которого показали, что 33% посещают Интернет 15 минут и мене в сутки, 53% — от 30 минут до 2-ух часов, 13% — 2— 4 часа. 40% подростков считают, что интернет «влияет незначительно 53% — «не влияет», 7% «не замечали». По мнению всех подростков, Интернет помогает им отыскать нужную информацию, 53% считают, что он дает возможность больше общаться со сверстниками, 87% всех подростков чаще всего посещают социальные сети, 20% — видеоблоги, 7% — сайты для подготовки к экзаменам.

Как показало анкетирование, наиболее посещаемыми ресурсами являются социальные сети и различные видеоблоги. Следовательно, они накладывают наибольший отпечаток на речь подростков.

Положительные стороны социальных сетей:

1. Поиск человека по малому количеству сведений;
2. Большой объем мультимедийной информации, в том числе новинок аудио и видео файлов
3. Хранилище для фотоальбомов, видеороликов и ваших личных записей;
4. Порой единственный способ связаться с человеком, находящимся далеко.

Но, к сожалению, отрицательных сторон социальных сетей больше. В настоящее время соцсети вызывают самое настоящее привыкание, как наркотик;

«Пробить» информацию о ком-то стало гораздо проще, чем раньше, и различным инстанциям это не составляет больших проблем; Рассылка спам — сообщений и взлом аккаунтов, подмена страниц;

Телефонные мошенничества; Фальшивые страницы; Изобилие нецензурной брани и агрессии; Множество смайликов — картинок, обозначающих ту или иную эмоцию. (Используя их, человек пе-

рестает описывать эмоции словами, что так же отражается на речевой культуре — смайлики просто вытесняют слова из лексикона подростка.)Любая социальная сеть предназначена для общения и обмена информацией. Основным заработком в социальных сетях служат игры и размещение рекламы в сообществах и группах, стоимость которого зависит от популярности сообщества. Поэтому часто администраторы групп и сообществ пытаются любыми способами «раскрутить» их, в числе которых можно наблюдать «бунтарские» картинки с яркими, агрессивными надписями, часто нецензурной бранью, орфографическими и синтаксическими ошибками, видеоролики, в которых очень часто прослеживается мат и агрессия, а часто носят порнографический характер и, естественно, влияют не только на речевую культуру подростка, но и на психическое развитие.

Большинство подростков в анкете указали, что они редко используют сленговые слова в своей речи (больше 50%), и мы решили проверить совпадает ли их мнение с действительностью. Мы посчитали количество сленговых и матерных слов, используемых ими при общении со сверстниками в социальной сети «В контакте» в одной из бесед за 1 день, в которой участвовало 9 человек.

Итоги оказались **шокирующими:** 59 матов, 78 сленгизмов, 25 раз матерное слово было использовано как слово-паразит, 5 матов — с целью оскорбить человека, 5 — как ответная реакция на данное высказывание, 24 мата — для выражения чувств. Из этого следует, что подростки, осознавая тот факт, что их анкеты будут просматривать, отвечают не откровенно, лукавят. В Интернете же, будучи в СВОЕЙ среде, не стесняясь сверстников, легко используют ненормативную лексику. А возможно ли общество, употребляющее ненормативную лексику, назвать цивилизованным? Может ли человек, который выражается матами быть культурным человеком? Может ли человек , который мыслит матами и не может заменить их (или с трудом заменяет) литературными словами и выражениями быть умственно развитым человеком?

Наряду с Интернетом основным источником распространения информации в современном мире стало телевидение — оно прочно вошло в быт россиян. Что видит сегодняшний телезритель на многочисленных коммерческих каналах? Всевозможные развлекательные передачи, боевики, практически полностью заменившие собой образовательные, научно-познавательные и информационные программы. Основная цель коммерческих телепроектов — привлечение внимания зрителей любыми путями, повышение рейтинга, так как это влияет на стоимость размещения рекламы. А реклама, как известно — основной способ зарабатывания денег телевизионщиков.

Таким образом, культура и деньги — взаимоисключающий выбор. Вместо подлинной культуры населению навязывается суррогат под названием «массовая культура». Вызывает большую тревогу и тот факт, что в результате распространения телевидением фильмов о насилии, многочисленных убийствах и актов агрессии, речь и поведение молодых людей становится все более агрессивной. В результате анкетирования стало известно, что 87,5% подростков смотрят телепередачи каждый день и лишь 12,5% — иногда. При этом 69% предпочитают спортивные телепередачи, 56 — развлекательные, 31%общественно-социальные,19% указали, что предпочитают смотреть мультфильмы. На вопрос «Замечаете ли вы ошибки в речи телеведущих или участников телепрограмм?» — 12,5% утверждают, что часто замечают, -44% — редко, -37,5% — не замечают, -6% затруднились ответить. При этом орфоэпические ошибки заметили 81% подростков, синтаксические — 12,5. На вопрос: «Используют ли телеведущие сленговые слова?» 12,5% указали, что «используют часто», 69% — «используют редко», 19% — «не использую вообще». Относительно оценки влияния телевидения:12,5% указали, что телевидение оказывает на них сильное влияние, 50% — «незначительно отрицательное», 44% — «не оказывает влияния». Самым удивительным в результатах анкетирования мне показалось то, что многие утверждают о том, что замечают орфоэпические ошибки в речи телеведущих и при этом всего 19% указали правильное произношений слова НАЧАЛСЯ и 31% слова НА СТЕНАХ. (Анкета№3)Особенно популярными среди подростков по результатам анкетирования являются «Stand Up», «Comedu Club», «Пусть говорят». В этих телепередачах выступающие очень часто, а иногда и чрезмерно часто используют в своей речи сленговые слова (за время одной миниатюры в передаче «Comedy Club» — 4-6 минут Блин — 4 раза, капец — 3 раза, вообще — 5 раз, корешь — 5 раз, коре-

фан — 8 раз, ни фига себе — 2 раза, старик — 2 раза, кайфуешь и бухал — по 1 разу — итого 31 сленговое слово), а также нецензурную брань, не всегда скрытую под «пиканьем».

Но ведь подростки (ещё не сформировавшиеся психически и стремящиеся самоутвердиться в обществе) под этим «запикиванием» понимают эту нецензурную брань. Они берут пример с выступающих, им хочется подражать. Результат — снижение речевой культуры. Часто, выступающие ещё и неграмотно выражают свои мысли, допуская различные речевые ошибки — синтаксические, орфоэпические и другие. («Несмотря на мой маленький опыт, но я уже успел спасти несколько детских жизней»./ «И знаете, каково оно круто встретить своего бывшего больного»./ «Официант, ни фига не растерявшись, начал есть»). А ведь речь известных людей для многих подростков является эталоном. Следует обратить серьезное внимание на речь ведущих и участников развлекательных телепрограмм и всех молодежных программ. Это прямая ответственность ТВ-журналистов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Электронный ресурс: http://www.kakprosto.ru/kak-28438-kak-sohranit-russkiy-yazyk (дата обращения: 04.11.2017)

2. Электронный ресурс: http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/5268 (дата обращения: 04.11.2017)

3. Электронный ресурс: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=10156 (дата обращения: 04.11.2017)

4. Бадмаев Б.Ц., Малышев А.А. Психология обучения речевому мастерству / Б.Ц. Бадмаем, А.А. Малышев. — М.: Гуманист.изд. Центр ВЛАДОС, 1999. — 224 с. SBN 5-691-00258-9.

ПЛАНИРОВАНИЕ В КОНВЕРГЕНТНОЙ РЕДАКЦИИ

Е. И. Чулимова

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — В. В. Витвинчук, к. ф. н.

Начало XXI века знаменуется большими скачками распространения Интернета и значительным расширением Интернет-аудитории. Рекламодатели поняли, что размещать свой продукт в Интернете более выгодно. Потребность в бесперебойном потоке информации возрастает. Результатом этих явлений в информационном пространстве стала конвергентная журналистика.

Гипермедиа — тот тип издания, который нередко приравнивается к понятию «конвергентные СМИ».

Исследователь Е.Н. Якубенко дает такое определение конвергентной журналистике — «это процесс слияния, интеграции информационных и коммуникативных технологий в один информационный ресурс» [3]. Т.е. для доставки информационных продуктов одновременно используются различные средства.

Перевод в цифровую форму, что и предполагает технологическая конвергенция, получение новых инструментов открывает ряд возможностей. Это уравнивание движущегося изображения и печатного слова, повышение интерактивности коммуникации, возможность посредством разных каналов коммуникации получить одинаковые по содержательности продукты. Единый контент в условиях современных медиа передается различными средствами (при помощи видео, текста, изображений) и разными каналами коммуникации (радио, телевидение, пресса, Интернет).

Таким образом, время подталкивает к качественным изменениям редакции СМИ.

Вот как IFRA (Международная организация газетных и медиатехнологий) определяет и рекомендует новые способы работы, необходимые в будущем конвергентным СМИ:

— необходимость «слышания» конвергирующейся аудитории;

— необходимость замены продуктов и услуг отдельных СМИ на интегрированные комплекты контента;

— изменения инфраструктуры редакций;

— необходимость правильного управления переменами [4].

Изменяется само производство. Это уже процесс, в который входит планирование форматов, постановка задач, производство материалов, редактирование, упаковка и выпуск через различные платформы.

Редакция начинает функционировать, ориентируясь на новые графики производства и принятия решений. Темы и идеи разрабатываются коллективно.

Планирование осуществляется сразу на нескольких уровнях:

1. верхний — объединенное планирование всех изданий
2. средний — планы отдельного издания внутри объединенной редакции
3. нижний — частное планирование каждого сотрудника редакции по работе на различных платформах.

Е.Н. Якубенко выделяет Следующие типы конвергентных редакций:

1) «Мультимедийная редакция — это редакция, в которой ключевым является наличие специально подготовленных редакторов для каждого технологического пласта издательства. Здесь имеются в виду отдельные редакционные единицы, которые работают одновременно для печатной и онлайн версий издания.

2) Интегрированная редакция — это редакция, в которой объединяются все новостные потоки, проходящие на основных технологических пластах издательства. Это происходит на уровне планирования и производства, обеспечивающего контент, содержащий все информационные каналы. В такой редакции нет одного работника, ответственного за определенный информационный канал. Ответственность за освещение новостей на печатных и цифровых пластах издательства лежит на плечах редактора определенного тематического отдела.

3) Кросс-медийная редакция — это редакция, в которой рабочий процесс происходит по принципу взаимного обмена информацией. Сюда относится создание, обработка и распространение контента, которые производятся сразу для всех технологических пластов издательства. В такой редакции работники различных тематических отделов создают контент и для печатной, и для онлайн версии издания. Это позволяет обеспечивать видео— и аудио-роликами веб-сайт»[3].

Любой конвергентной редакции требуются особые работники — универсальные журналисты. «Новый» журналист должен обладать большим количеством навыков из разных сфер журналистики.: уметь снимать и монтировать видео, записывать аудио-подкасты, осуществлять работу в социальных сетях и блогах. Это мультимедийное мышление позволяет собрать значительное количество информации и как можно более полно раскрыть тему.

Наряду с универсальными журналистами становятся необходимыми также специалисты, работающие только с сетевой средой. Так, редактор-агрегатор создает тематические подборки качественного материала. Организующую роль в группах, занятых тематическими проектами, играет мультимедиа-продюссер. Мобильный репортер находит и освещает события, находясь вне редакции, это позволяет быть впереди конкурентов, берущих сведения и цитаты из пресс-релизов. Журналист-аналитик, который, в отличие от аналитика традиционных редакций, может самостоятельно создать на ресурсе удобную в пользовании базу данных. Осведомленность в области, на которой они квалифицируются, помогает редакторам-экспертам распространять актуальную в данной сфере информацию; им издание может поручить вести блог. Редактор сообщества через сообщества, в том числе и в социальных

сетях, определяет запросы аудитории и помогает советами в отдельных проектах, подталкивая тем самым к созданию информационного контента.

Информационные продукты изменяют свой вид. Вместо отдельных материалов по различных платформам, обрастая новыми подробностями, циркулируют информационные единицы. Они вполне самостоятельны, но могут быть и развиты. Таким образом, осуществляется «планирование истории сразу в нескольких форматах, подгонка циклов производства разных «инфомолекул» [5]. То есть из одной информационной единицы создается несколько продуктов.

Так, действующий журналист О.В. Копылов описывает свои пошаговые действия по обработке на разных этапах информационной единицы: «...получил информацию — сделал молнию на сайт — подготовил расширенную заметку с комментариями на сайт — написал репортаж в еженедельник «Свободный курс» — сделал аналитическую публикацию в газету «Ваше дело». Желательно добавить к этому новость на радио с синхронным участником событий. Еще лучше, если я отправлюсь <...> с фотоаппаратом, камерой и микрофоном, после чего проведу элементарный монтаж и сам выставлю получившийся продукт на сайт» [1].

Важнейшую роль играет скорость производства информации в связи с 24-часовым ее обновлением. Работа над производством информационных продуктов осуществляется бесперебойно сразу на нескольких информационных площадках.

На первый взгляд может показаться, что вся система хаотична, но на деле процессы в редакции упорядочены. Сама организация конвергентной редакции, которая представляет собою информационный конвейер, тщательное продумывание всех аспектов перед началом работы, высокая прогнозируемость ее результатов, делает процесс по производству и выпуску контента значительно быстрее. Каждый член коллектива работает интенсивно и подчиняется строгому плану. Несомненно, бывают незапланированные информационные поводы. В таком случае приходится либо игнорировать событие, либо отклоняться от запланированного.

В связи с тем, что редактор не отслеживает каждый материал, а оценивает только на выходе, каждый член редакции должен уметь самоорганизовывать себя. Благодаря этому редакторы способны составлять план не за несколько дней, а за несколько часов. Журналист в большинстве случаев сам, оформив тематическую заявку, предлагает тему публикации и указывает время сдачи.

С недавнего времени аудитория стала не только потреблять, но еще и производить информацию. Технологический прорыв (смартфоны, все более общедоступные компьютеры, Интернет и Wi-Fi) сделали из аудитории эффективных, хотя и неорганизованных поставщиков информации. Случается, что на месте событий оказываются пользователи информации, например, в случае природного явления, катастрофы. В этом случае, если они успели зафиксировать событие, именно они будут информаторами. И эту особенность поколения современные редакции тоже должны учитывать. Для аудитории не важно, с какого носителя отправлена информация, и от какого издания она получена, она требуют мгновенного оповещения, желательно, в момент события. Ее отличает высокая степень интерактивности (потребители комментируют, проходят опросы на сайтах, сами производят часть контента). Редакции важно успевать отслеживать ту информацию, которая будет не только актуальна в информационном поле, но и интересна аудитории.

В идеале все материалы должны отвечать поставленной задаче, выходить вовремя, быть такого объема, который был запланирован и быть качественными. Но из-за быстроты обработки информационного материала зачастую страдает его качество. Но не смотря на подобные издержки значительно повышается исполняемость планов за счет правильно распределенной нагрузки и увеличивается производительность.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Копылов О.В. Самоорганизация журналиста в мультимедийной редакции: проблемные зоны и методы планирования (на примере ИД «Алтапресс») // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. — 2012 — №1 — С. 187–191.

2. Силантьева О. Газетно-журнальный холдинг: как поставить традиционную редакцию на мультимедийные рельсы (опыт ИД «Алтапресс» по созданию интегрированной мультимедийной редакции) // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М, ФОКУС-МЕДИА, 2010.— С. 79–101.

3. Якубенко Е.Н. Конвергенция как фактор формирования современного медиа-рынка // Вестник Брянского государственного университета. — 2015 — № 1.

4. Лосева Н. Конвергенция: перестройка бизнес-моделей, редакционного пространства и мозгов // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М, ФОКУС-МЕДИА, 2010.— 69-78.

5. Кирия. И. Организация труда в конвергентной редакции мультимедийного СМИ // Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные. М, ФОКУС-МЕДИА, 2010.— С. 48–58.

РЕКЛАМА В КИНЕМАТОГРОФЕ

В. К. Торхов, И. С. Шилов

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — С. В. Шипилов, ст. преподаватель

Ныне реклама в кинематографе — неотъемлемая его часть. Но как он зарождался? Какие были первые прецеденты, которые проложили путь тому, что сейчас является само собой разумеющимся? Самое удивительное, что реклама в киноискусстве начала зарождаться еще в конце 20-х годов, когда кинематограф еще не был развитой индустрией, но, тем не менее, все это дало свои плоды. И совершенно неудивительно, что рекламу активно начали интегрировать в кино. Ведь зритель очень четко улавливает образы и знаки, что показываются на экране [2]

Халтура есть везде, в каждой деятельности. Реклама в поп-культуре — не исключение. Что в классическом кинематографе, что в нынешнем имеется полно примеров, когда реклама вставлена безвкусно. Многие не заботятся о том, чтобы реклама смотрелась органично и, разумеется, порой бывают случаи, когда реклама раздражающая для зрителя и неуместная в плане подачи. Но стоит отметить, что, людей, которые ответственны за не самые удачные примеры, не особо волнует то, что кого-то раздражает то, что они сделали, ибо неважно, насколько навязчива реклама — product placement давно доказал свою эффективность [5]. Как и во многих сферах деятельности, к нам все добирается куда позже, чем до других стран. Так случилось и с рекламой.

Разумеется, в рекламе начали постепенно доминировать образы массовой культуры, ибо в наше время — культура далека от элитарности [3]. Однако когда реклама стала обыденностью в кинематографе — режиссеры не растрачивали впустую этот элемент. Некоторые авторы, которым не чужд постмодернистский оттенок в творчестве — начали «играть» с рекламой в своих фильмах. Они начали придумывать вымышленные бренды, которые, что самое интересное, по итогу стали настоящими продающимися продуктами, которые активно раскупаются и по сей день. Собственно, парадоксальность ситуации состоит в том, что сам фильм стал рекламой этих товаров. Более того, порой получа-

ется так, что под чем-то вымышленным подразумевается нечто реальное. И, как ни странно, совершенно уверенно можно сказать, что скрытая реклама куда более эффективная, чем реклама явная [4].

Барнаул, да и в целом Алтайский край, богат на качественные продукты, но, к сожалению, их никак не рекламируют в кинематографе. Самое обидное, что есть ряд примеров, когда некий продукт нашего производства можно органично вставить в тот или иной фильм.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон о рекламе.

2. Ажимова Лариса Владимировна Жан Бодрийяр о феномене массовых коммуникаций в обществе по-требления // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. — 2012. — №3 (19). — С. 101–110.

3. Анашкина Наталья Александровна К вопросу о взаимодействии рекламы и массовой культуры // ОНВ. — 2012. — №1 (105). — С. 256–259.

4. Геращенко А.А. Скрытая реклама и ее роль в современном обществе // Таврический научный обозреватель. — 2015. — №4–3. — С. 52.

5. Маршева О. Скрытая реклама в кино: самые яркие примеры. — 2013.

6. Петошина Светлана Игоревна Инструменты создания социальной рекламы и средства её распространения // Проблемы развития территории. — 2013. — №6 (68). — С. 83–89, 54.

7. Тисенкова О.А., Мельникова С.А. Product Placement: технология скрытой рекламы // Проблемы экономики и менеджмента. — 2016. — №5 (57). — С. 120–125.

ТРАНСМЕДИЙНЫЙ ДИСКУРС: ОБРАЗ РОССИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

К. Е. Ширяева

Алтайский государственный университет

Научный руководитель — В. Д. Мансурова, д. ф. н., профессор

Дискурс средств массовой информации часто пересекается с политическим дискурсом, а также с другими видами дискурсов, которые выделяют на основании социолингвистических признаков: научным, деловым, спортивным, рекламным и т.д. Дискурс медиа объединяет и преобразует между собой различные виды дискурсов и делает их новым типом коммуникации [2].

Медиа благодаря бурно развивающимся технологиям переходят на новый уровень. Сегодня СМИ являются не просто средством распространения информации, но и индивидуальными интерактивными источниками. Активное развитие инфотехнологий способствует появлению новых форм коммуникации. Так появляются новые виды медиаплатформ со своим набором особых характеристик.

Интернет-пользователь выбирает для использования наиболее комфортную медиаплатформу, через которую в дальнейшем он будет получать информацию. А создатели различных историй пользуются этим аспектом цифровой культуры для привлечения новой аудитории, путем их распространения через разные медиа-площадки.

Трансмедийные проекты создают как на основе настоящих, так и на основе вымышленных историй. Эти проекты распространяются по нескольким медиаплатформам — расширяется содержание истории и привлекается аудитория. Чтобы глубже изучить и рассказать историю, трансмедиа сторителлинг использует преимущества печатных СМИ, интернет-медиа, радио, телевидения. Особенность трансмедиа в том, что для каждой из вовлеченных платформ производится неидентичный контент.

Различия трансмедиа с другими типами «новых медиа» очевидны. Через мультимедиа повествуется одна история на одной медиаплатформе. Такая история содержит различные элементы медиа: гиперссылки, фото, видео. Это могут быть популярные сегодня лонгриды. Например, известнейший проект издания «Snawfall: The Avalanche at Tunnel Creek». Кросс-медиа — это одно медиа, представленное на множестве различных площадок, например проект «Чехов жив». Трансмедиа — это много историй и много каналов, объединенных одной общей темой [6].

Реальность приобретает черты медиареальности. Мир таких «явлений», как образы, знаки, интерпретации становится миром медиа. В сложившейся ситуации в повседневной жизни доминирующую роль играют медийные каналы: Интернет, ТВ, видео. Общество может в полной мере стать современным, когда основной его характеристикой становится информация, важной частью которой является образ, а также его потребление и производство.

Все больше восприятие реальности зависит от ее репрезентации через визуальные образы. Необходимо отметить, что с наступлением визуальной эпохи акцент с вербальных способов отображения перемещается к визуальным, образным способам. Такие медиа, как телевидение, кино, реклама, фотография становятся главными средствами коммуникации. Они сдвигают слово на второй план. Таким образом, знакомство человека с информацией или событием происходит непосредственнее через визуальные средства.

Благодаря визуальным образам начинает формироваться наше постижение мира. Современные медиа в их взаимодействии стали главными визуальными культурными формами. Они показывают качественные изменения в повседневной практике человеческого общения и процесс модернизации общества. Повседневная коммуникация «большого визуального поворота» состоит не только в расширении информационного потока, но и в интернационализации его поля [3].

Якоб Нильсен утверждает, что посетители веб-сайтов читают только 28% текста. Тенденция к «не чтению текста» растет. Это угрожает всей сложившейся системе интернета, передающей информацию от человека к человеку. Следовательно, визуальное содержание сотрудничает с читателем максимально эффективно и быстро, самым интересным способом. Это отвечает на вопрос, почему с каждым годом авторы все больше в материалах используют визуальный контент.

Следующие факторы наглядно доказывают эффективность визуального контента:

— независимо от темы он прост, а значит заманчив,

— мгновенно привлекает к себе внимание,

— эффективное взаимодействие с читателем,

— привлекателен для «репостов»,

— наглядно показывает сложные термины,

— стимулирует разум, особенно когда связан с человеческими эмоциями [5].

Благодаря развитию информационных технологий появился текст нового вида высшей семиотической сложности. Вербальная информация в нем сопровождается видеорядом, графическим оформлением, звуком, а объем вербальной информации может быть минимизирован. В других случаях текст совсем отсутствует.

Одним из ведущих признаков современного медиатекста считается семиотическая интегративность и медийность. Это проявляется в следующих типах текстов, интегрирующих в единое семиотическое целое разные системы знаков: вербально-визуальный, вербально-невербальный, поликодовый, креолизованный [4].

Связность визуального и вербального на содержательно-композиционном уровне проявляется в порядке расположения невербальных и вербальных компонентов в содержательной структуре — семантическая или внутренняя соотнесенность компонентов. В формальной структуре текста — визуально-пространственная или внешняя соотнесенность компонентов [1].

На примере проекта «Северный поток — 2» проследим, как процесс строительства газопровода рассматривают в следующих СМИ: www.ria.ru (РИАНовости), www.inosmi.ru (ИноСМИ), www.bbc.com (BBC русская версия).

Русская версия BBC затрагивает эту тему в обзоре российских газет, не отводя ей места в отдельной публикации. Текст не сопровожден иллюстрацией и озаглавлен, как «Китайские банки могут заинтересоваться» http://www.bbc.com/russian/features-40362879. В новости BBC пишут об угрозе прекращения финансирования проекта европейскими представителями из-за готовящихся санкций США. Как следствие — «Газпром» стал искать средства у китайской стороны.

РИАНовости пишут, что газопровод будет создан, независимо от возможности получения Еврокомиссией мандата на переговоры с РФ и внесения поправок в газовую директиву ЕС (https://ria.ru/economy/20171027/1507696035.html). Публикация сопровождена иллюстрациями. Первая — изображение изготовленных на производстве газопроводных труб. Вторая — инфографика «Альтернативный маршрут для транспортировки газа в Европу». Третья — рисунок с саркастическим названием «пять стадий прятия неизбежного» (слова отрицание, гнев, торг, депрессия, принятие написаны на газопроводной трубе, по которой к представителю «Газпром» шагают европейские представители).

В другом тексте РИАНовости пишут, что по мнению эксперта «Северный поток-2» не должен попасть под санкции США (https://ria.ru/economy/20171103/1508178739.html). Новость также сопровождена тремя иллюстрациями. Первая — фото (трубы для газопровода). Картинка с подписью «сами себе на зло» с изображением Еврокомиссии. Один представитель изображен в акваланге и с пилой, находящийся на «другом берегу» от строительства газопровода. В тексте помещена аналогичная инфографика-карта.

ИноСМИ рассматривают тему строительства газопровода с точки зрения не соответствия интересам безопасности Центральной Европы (http://inosmi.ru/politic/20171103/240681868.html). Статья сопровождена фотографией труб газопровода.

Проанализировав публикации в СМИ разного характера о «Северном потоке — 2» можно сделать вывод, что данная тема освещается с разных углов и точек зрения, каждая следующая публикация дополняет по смыслу и содержанию предыдущую, раскрывая новые аспекты. Таким образом, появляется трансмедийное повествование, которое позволяет не только привлечь большую аудиторию путем распространения истории на разных медиаплатформах, но и трансформировать ее, предлагая уникальный контент. Другими словами это можно назвать определенным продвижением истории путем создания нескольких историй, которые в конечном итоге будут соединены в одну.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Воробьева Е. В. К вопросу о взаимодействии вербальных и визуальных средств в креолизованном тексте // Известия ВГПУ. 2009. №10. [Электронный ресурс] / http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-vzaimodeystvii-verbalnyh-i-vizualnyh-sredstv-v-kreolizovannom-tekste — (дата обращения: 01.11.2017).

2. Гловинская М. Я., Галанова Е. И. Современный русский язык: Активные процессы на рубеже XX — XXI веков [Текст] / Ин-т рус. яз. им. В. В. Виноградова РАН. — М.: Языки славянских культур, 2008. — С. 82.

3. Дроздова А.В. Визуальность как феномен современного общества // Политематический журнал научных публикаций «Дискуссия». 2014. №10. [Электронный ресурс] / http://www.journal-discussion.ru/publication.php?id=1208 — (дата обращения: 01. 11.2017).

4. Казак М.Ю., Крылова А.А. Об эстетике журналистского текста // Научные ведомости БелГУ. Серия: Гуманитарные науки. 2015. №18 (215). [Электронный ресурс] / http://cyberleninka.ru/article/n/ob-estetike-zhurnalistskogo-teksta — (дата обращения: 01.11.2017).

5. Staurus Почему мы любим визуальный контент [Электронный ресурс] / http://staurus.net/pochemu-my-lyubim-vizualnyj-kontent — (дата обращения: 01. 11.2017).

6. Strelka Magazine Словарный запас: трансмедиа [Электронный ресурс] / https://strelka.com/ru/magazine/2016/12/01/vocabulary-transmedia — (дата обращения: 01. 11.2017).

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОЛОГИЯ, ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ И ТУРИЗМ……...3

АГРОТЕХНОЛОГИИ, ПРОИЗВОДСТВО, ПЕРЕРАБОТКА И ХРАНЕНИЕ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ……...3

Адамова В. А. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МОЩНОСТИ ИСТОЧНИКА ТЕПЛОТЫ СВЧ-ПЕЧЕЙ……3
Балабов А. А. ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ГИДРОТЕРМИЧЕСКОЙ ОБРАБОТКИ ЗЕРНА ПУТЕМ МОДЕРНИЗАЦИИ БУНКЕРА ОТВОЛАЖИВАНИЯ……..6
Варенов С. С. РАЗРАБОТКА КАРТОФЕЛЕЧИСТКИ С КОНУСНЫМ РАБОЧИМ ОРГАНОМ…….8
Ветров В. В. РАЗРАБОТКА УСТРОЙСТВА ОЧИСТИТЕЛЯ РЯДКОВ СТЕРНЕВОЙ СЕЯЛКИ…….10
Воробьев Ф. Н. К ВОПРОСУ РАЗРАБОТКИ ЛИНИИ ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА ТАБЛЕТИРОВАННОГО СУХОГО МОЛОКА……...11
Гефнидер Ю. В. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЙОГУРТА ПО МИКРОБИОЛОГИЧЕСКИМ ПОКАЗАТЕЛЯМ……..14
Голод М. С. ОБЪЁМЫ ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ СЫРА……16
Зубова О. Г. ПЕРЕРАБОТКА ОТХОДОВ ЖИВОТНОВОДЧЕСКИХ ХОЗЯЙСТВ Г. БАРНАУЛА С ПОМОЩЬЮ УСТАНОВКИ ИБГУ-1……...18
Казанцев Д. А. КОРРЕЛЯЦИОННАЯ СВЯЗЬ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПАНТОВОЙ ПРОДУКТИВНОСТИ МАРАЛОВ……20
Карчашкина Н. С. АНАЛИЗ КОРМЛЕНИЯ МАРАЛОВ-РОГАЧЕЙ АЛТАЕ-САЯНСКОЙ ПОРОДЫ....23
Куваев И. В. К ВОПРОСУ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ИЗМЕЛЬЧАЮЩИХ УСТРОЙСТВ……26
Нахапетян В. М. ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА МЯГКИХ СЫРОВ ПУТЕМ МОДЕРНИЗАЦИИ УСТАНОВКИ ДЛЯ ИХ ПРЕССОВАНИЯ……...……28
Пермикина И. Ю. ПРОИЗВОДСТВО ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ…….31
Пономарёва И. С. КОРРЕКТИРОВКА СОСТАВА ТЕСТА ДЛЯ ВАФЕЛЬ……33
Семенова Е. С. К ВОПРОСУ ВЛИЯНИЯ ИСХОДНОЙ ВЛАЖНОСТИ СЕМЯН ПОДСОЛНЕЧНИКА НА ПРОЦЕСС ИХ ОБРУШИВАНИЯ……...35
Феклистова Н. И. ВЛИЯНИЕ СПОСОБА ПОСОЛА НА КАЧЕСТВО И ВЫХОД КОПЧЁНОГО САЛА……38
Шестаев А. В. РАЗРАБОТКА КОНСТРУКЦИИ КУЛЬТИВАТОРА-ГЛУБОКОРЫХЛИТЕЛЯ…...……40

ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВО……...42

Венкова Е. С. СОЗДАНИЕ ТЕРРИТОРИЙ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОРОДСКИХ ЗЕМЕЛЬ (НА ПРИМЕРЕ Г. НОВОАЛТАЙСКА)……...42
Воробьева М. А. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИМУЩЕСТВЕННЫМИ И ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ ЧЕРЕЗ МУНИЦИПАЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ……..……45
Закревская И. В. ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬ ОКТЯБРЬСКОГО РАЙОНА ГОРОДА БАРНАУЛА……...……48
Закревская М. В. АНАЛИЗ И ПУТИ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗЕМЕЛЬ ГОРОДА БАРНАУЛА……...51
Латкин В. А. ТЕМАТИЧЕСКОЕ И СПЕЦИАЛЬНОЕ КАРТОГРАФИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИИ КУРЬИНСКОГО РАЙОНА АЛТАЙСКОГО КРАЯ……..…..53

Латышева О. А. ПРОЕКТ ОРГАНИЗАЦИИ ОХРАННОЙ ЗОНЫ РЕКИ БАРНАУЛКА В ЧЕРТЕ ГОРОДА БАРНАУЛА……..……..56
Петина Е. Д. ОСОБЕННОСТИ ОФОРМЛЕНИЯ ЛИНЕЙНЫХ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА БАРНАУЛА……..……..59
Половникова Т. Н. КАДАСТРОВАЯ ОЦЕНКА ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ ПОД ОБЪЕКТАМИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА БАРНАУЛА…….62
Прокопьева Т. А. РОЛЬ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ В ТЕРРИТОРИАЛЬНОМ ПЛАНИРОВАНИИ ГОРОДОВ……..68
Ткачук Е. С. ПОЛЕЗАЩИТНЫЕ ЛЕСОНАСАЖДЕНИЯ КАК МЕТОД СОХРАНЕНИЯ ЗЕМЕЛЬ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ……66
Травникова В. Е. РАЗВИТИЕ ЗАСТРОЕННЫХ ТЕРРИТОРИЙ ГОРОДА БАРНАУЛА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО КВАРТАЛА……..……69

ВОПРОСЫ ЛЕСОПОЛЬЗОВАНИЯ, САДОВОДСТВА И АГРОНОМИИ……73

Буденик А. А. ВЛИЯНИЕ НОРМЫ ВЫСЕВА И ТОРФО-ГУМИНОВЫХ УДОБРЕНИЙ НА ВСХОЖЕСТЬ И УРОЖАЙНОСТЬ НУТА……73
Воробьева А. В., Зубарев Ю. А. ОПТИМИЗАЦИЯ УЧЕТА ПРОЦЕССА РИЗОГЕНЕЗА В ПОЛЕВОМ ОПЫТЕ ПО РАЗМНОЖЕНИЮ ОБЛЕПИХИ НА ОСНОВЕ ВЫСОКОКАЧЕСТВЕННОЙ ФОТОСЪЕМКИ……..……74
Ермаков Д. Б. ПРОДУКТИВНОСТЬ ЯЧМЕНЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПРИЕМОВ ОЗОНИРОВАНИЯ ПОСЕВНОГО МАТЕРИАЛА……..78
Золотухина Ю. А. УРОЖАЙНОСТЬ ЗЕЛЕНОЙ МАССЫ КУКУРУЗЫ НА ФОНЕ ИНОКУЛЯЦИИ И МИНЕРАЛЬНЫХ УДОБРЕНИЙ В УСЛОВИЯХ УМЕРЕННО-ЗАСУШЛИВОЙ КОЛОЧНОЙ СТЕПИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……..80
Иванченко Г. А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ БИОЛОГИЧЕСКОГО ПРОТРАВИТЕЛЯ СЕМЯН ПРОТИВ КОРНЕВЫХ ГНИЛЕЙ ВСХОДОВ ЯРОВОЙ ПШЕНИЦЫ В УСЛОВИЯХ КОЛОЧНОЙ СТЕПИ АЛТАЙСКОГО ПРИОБЬЯ……..……83
Касаева Г. В. ОЦЕНКА СЕЛЕКЦИОННЫХ ОБРАЗЦОВ МОРКОВИ В УСЛОВИЯХ ЗАПАДНОСИБИРСКОЙ ОВОЩНОЙ ОПЫТНОЙ СТАНЦИИ……..……86
Кароннов А. А. ВЛИЯНИЕ КАРБОКСИМЕТИЛИРОВАННЫХ БИОПРЕПАРАТОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ИЗ ОТХОДОВ ПЕРЕРАБОТКИ РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ НА РОСТ И РАЗВИТИЕ ЯРОВОЙ ПШЕНИЦЫ……..……..88
Кобзева Д. А. ВЛИЯНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ОБРАБОТКИ ПОЧВЫ ЯРОВОЙ ПШЕНИЦЫ НА РЕЖИМ ВЛАЖНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЛЕСОСТЕПИ ПРИОБЬЯ……..……90
Куницына В. В. ВЛИЯНИЕ МИКРОБНЫХ ПРЕПАРАТОВ НА КАЧЕСТВО СЕМЯН И ПРОДУКТИВНОСТЬ ЯРОВОГО ЯЧМЕНЯ……..……92
Лапенкова М. Е. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА СЕЛЕКЦИОННЫХ ОБРАЗЦОВ СВЕКЛЫ СТОЛОВОЙ В УСЛОВИЯХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……..……94
Неверова А. М. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРЕПАРАТОВ, ПОЛУЧЕННЫХ ИЗ КАРБОКСИМЕТИЛИРОВАННОГО РАСТИТЕЛЬНОГО СЫРЬЯ В КАЧЕСТВЕ РЕГУЛЯТОРОВ РОСТА ЯРОВОЙ ТВЁРДОЙ ПШЕНИЦЫ……..……97
Савченко А. В. ФОРМИРОВАНИЕ ПРОДУКТИВНОСТИ ЗЕРНОФУРАЖНЫХ СОРТОВ ЯЧМЕНЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ПРИМЕНЯЕМЫХ СРЕДСТВ ЗАЩИТЫ В УСЛОВИЯХ УМЕРЕННО ЗАСУШЛИВОЙ КОЛОЧНОЙ СТЕПИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……99
Суслова К. С. РЕЗУЛЬТАТЫ ИЗУЧЕНИЯ СОРТОВ И ГИБРИДОВ ЛИЛИИ ИЗ РАЗДЕЛА I. ГИБРИДЫ АЗИАТСКИЕ ГРУППЫ ТАНГО В УСЛОВИЯХ ФГБНУ «НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ ИНСТИТУТ САДОВОДСТВА СИБИРИ ИМ. М. А. ЛИСАВЕНКО»……..……101

Титов Д. А. ОЦЕНКА УСПЕШНОСТИ ЛЕСОВОЗОБНОВЛЕНИЯ ПОСЛЕ РУБОК В СПЕЛЫХ ДРЕВОСТОЯХ В СРЕДНЕЙ ЧАСТИ ЛЕНТОЧНЫХ БОРОВ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……104
Щелкунова А. А. ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ ЗАЩИТЫ РАСТЕНИЙ НА УРОЖАЙНОСТЬ ПИВОВАРЕННЫХ СОРТОВ ЯЧМЕНЯ В УСЛОВИЯХ УМЕРЕННО-ЗАСУШЛИВОЙ КОЛОЧНОЙ СТЕПИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……...106

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ БИОЛОГИИ, БИОТЕХНОЛОГИЙ, ЭКОЛОГИИ И ОХРАНЫ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ...……108

Антонова И. А. ПАТОГЕННЫЙ КОМПЛЕКС СЕМЯН ЯРОВОЙ ТВЕРДОЙ ПШЕНИЦЫ, ПОРАЖЕННЫХ ЧЕРНЫМ ЗАРОДЫШЕМ…..……108
Бакланова Е. И. ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗМА ЖЕНЩИН С ИЗБЫТОЧНОЙ МАССОЙ ТЕЛА И ОЖИРЕНИЕМ……...……110
Березовикова В. В. ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ МИГРАЦИИ ЖИТЕЛЕЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……...……...111
Бочарникова А. В. НАКОПЛЕНИЕ СУХИХ РАСТВОРИМЫХ ВЕЩЕСТВ В ПЛОДАХ КАЛИНЫ ОБЫКНОВЕННОЙ (VIBURNUM OPULUS L.) В УСЛОВИЯХ Г. БАРНАУЛА…..……114
Бычкова О. В., Хлебова Л. П. ОЦЕНКА T. DURUM НА ИМИТАЦИЮ ЗАСУХИ И ЗАСОЛЕНИЯ…..116
Воротынцева Д. В. СОСТОЯНИЕ ЛИПИДНОГО ОБМЕНА У ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА БАРНАУЛА С САХАРНЫМ ДИАБЕТОМ 2 ТИПА И СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТЫМИ ЗАБОЛЕВАНИЯМИ……..118
Гребенщикова А. В. ИЗУЧЕНИЕ АНТАГОНИСТИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ И КОЛЛЕКЦИОННЫХ ШТАММОВ BACILLUS SUBTILIS…...……...121
Гукк А. В. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФЛОРЫ СОРНЫХ РАСТЕНИЙ ОКРЕСТНОСТЕЙ Г. БАРНАУЛА И ПОСПЕЛИХИНСКОГО РАЙОНА……124
Гусева К. Ю., Дурникин Д. А. СОДЕРЖАНИЕ ФОТОСИНТЕТИЧЕСКИХ ПИГМЕНТОВ В ЛИСТЬЯХ КАРТОФЕЛЯ В УСЛОВИЯХ IN VITRO ПРИ РАЗЛИЧНОМ ОСВЕЩЕНИИ……126
Ерещенко Д. В., Титова А. М. РЕАКЦИЯ МУЖСКОГО ГАМЕТОФИТА ЯРОВОЙ ТВЕРДОЙ ПШЕНИЦЫ НА ИНДУКЦИЮ ОСМОТИЧЕСКОГО СТРЕССА…….……129
Исаева Д. В. РАЗРАБОТКА БИОТЕХНОЛОГИИ ПРОБИОТИЧЕСКОГО МОЛОЧНОГО НАПИТКА……132
Красилов М. А. ДИНАМИКА АКТИВНОСТИ ПЕРОКСИДАЗЫ В ЛИСТЬЯХ БЕРЕЗЫ ПОВИСЛОЙ В УСЛОВИЯХ ГОРОДА БАРНАУЛА……...135
Назарова М. А. ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ТЕХНОЛОГИИ УПАКОВКИ КОЛБАСНЫХ ИЗДЕЛИЙ НА МИКРОБИОЛОГИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ……..……..137
Нестерова А. О. РЕДКИЕ И ИСЧЕЗАЮЩИЕ ВИДЫ РАСТЕНИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА — Г. БАРНАУЛА……140
Новосёлов Д. А. ИСТОЧНИКИ ЗАГРЯЗНЕНИЙ ТЯЖЕЛЫМИ МЕТАЛЛАМИ РЕК ИРТЫШ И УЛЬБА В ВОСТОЧНОМ КАЗАХСТАНЕ……..……..142
Петин В. А. СОДЕРЖАНИЕ ФОТОСИНТЕТИЧЕСКИХ ПИГМЕНТОВ В ЛИСТЬЯХ ТОПОЛЯ ЧЕРНОГО, ПРОИЗРАСТАЮЩЕГО В РАЙОНЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИКИ Г. БАРНАУЛА…....145
Бычкова О. В., Плющёва Е. С., Орлова Е. В. ВЛИЯНИЕ ВРЕМЕНИ СОВМЕСТНОГО КУЛЬТИВИРОВАНИЯ ПРИ АГРОБАКТЕРИАЛЬНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ БАРХАТЦЕВ ОТКЛОНЁННЫХ (TAGETES PATULA) НА ИНДУКЦИЮ HAIRY ROOTS……...……148
Плясова И. О. СОСТАВ ТЕЛА И ПИЩЕВОЕ ПОВЕДЕНИЕ ЖЕНЩИН С ИЗБЫТОЧНОЙ МАССОЙ ТЕЛА И ОЖИРЕНИЕМ.....150
Титова А. М., Бычкова О. В. ВОЗМОЖНОСТИ РАЗЛИЧНЫХ ПОДХОДОВ К ФИЗИОЛОГИЧЕСКОЙ ОЦЕНКЕ ЯРОВОЙ ТВЕРДОЙ ПШЕНИЦЫ……151

ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ УСТРОЙСТВО И ДЕМОГРАФИЯ……...154

ВОПРОСЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ И ПРОФИЛАКТИКИ ЭКСТЕМИЗМА И ТЕРРОРИЗМА.....154

Василькова Е. В. К ВОПРОСУ О ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА ДЕЙСТВИЯ ЭКСТРЕМИСТСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ НА ТЕРРИТОРИИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ И ГОРОДА БАРНАУЛА.....154

Исаков А. С. ПРОБЛЕМЫ ОБНАРУЖЕНИЯ И БЛОКИРОВКИ КОНТЕНТА, СОДЕРЖАЩЕГО ПРИЗЫВЫ К ЭКСТРЕМИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БАРНАУЛ……157

Коньшакова Г. Ю. СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВОВЛЕЧЕНИЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ В МОЛОДЕЖНЫЕ ГРУППИРОВКИ ЭКСТРЕМИСТСКОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ И ПРОФИЛАКТИКА ЭКСТРЕМИЗМА В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ Г. БАРНАУЛА…160

Лукьяненко А. Ю. АНТРОПОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ К ВОПРОСУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НАЦИСТКОЙ СИМВОЛИКИ В Г. БАРНАУЛЕ……..162

МОЛОДЕЖНЫЕ КУЛЬТУРЫ И СУБКУЛЬТУРЫ……...166

Белодеденко А. В. КВАЗИКРИМИНАЛЬНЫЕ МОЛОДЕЖНЫЕ ДВИЖЕНИЯ VS БУДУЩЕЕ СТРАНЫ?.....166

Воеводина З. Э. МУЗЫКАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ УДОВЛЕТВОРЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ АЛТАЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА)……...169

Гекман Я. С. ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ КАК ФАКТОР ВЫБОРА ПРОФИЛЯ СТУДЕНЧЕСКОГО ОТРЯДА НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……172

Гоношилова Т. О. ИНСТИТУТ ОТЦОВСТВА В ОЦЕНКАХ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ……174

Маратканова Е. А. ВЛИЯНИЕ РУССКОГО ЯЗЫКА НА РЕЧЕВУЮ КУЛЬТУРУ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ В СУБЪЕКТАХ РФ……177

Перепелкина К. В. РИСК СОЦИАЛЬНОГО ЭСКАПИЗМА МОЛОДЕЖИ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ……179

Попова А. И. УРОВЕНЬ ПРАВОВОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ СТУДЕНТОВ АЛТАЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА)……181

Савченко А. С. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА КАК ОСНОВА СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ С НАСЕЛЕНИЕМ……183

Сарыглар С. А. МОЛОДЫЕ МИГРАНТЫ В Г. БАРНАУЛ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ……186

Силонова М. В. РУССКИЙ ЯЗЫК НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ……187

Славнова В. К. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ДЕТСТВА: ЕЕ ЭВОЛЮЦИЯ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА……189

Смирнова Д. И. ИМИДЖ АЛТАЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА В ПРЕДСТАВЛЕНИИ ВЫПУСКНИКОВ ШКОЛ Г. БАРНАУЛА……191

Стародубцева В. П. ДОСУГ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ ПРИОРИТЕТОВ……192

РЕКЛАМА И МАССОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ……..194

PR-ТЕХНОЛОГИИ И ЖУРНАЛИСТ В МУЛЬТИМЕДИЙНУЮ ЭПОХУ (РЕГИОНАЛЬНЫЕ И МУНИЦИПАЛЬНЫЕ СМИ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА)……194

Борисова Д. А. ИНСТРУМЕНТАРИЙ ЖУРНАЛИСТА ПРИ РАБОТЕ С ИНТЕРНЕТ-ССЫЛКАМИ...194

Бычкова В. А. ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОФЕССИИ ЖУРНАЛИСТА В РЕЗУЛЬТАТЕ ЭВОЛЮЦИИ МЕ-
МЕ-
ДИА……...197
Журавлева Т. С., Шрамко Д. В. ОБУСТРОЙСТВО ПЛОЩАДОК ДЛЯ ВЫГУЛА ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ……200
Иванова А. А. ТОВАРНЫЙ ЗНАК КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА……....201
Игнтенко Я. А. ПРОЕКТ ШКОЛА ГОРНОЛЫЖНОГО СПОРТА……...203
Каменецкая Д. М. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦСЕТЕЙ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ АУДИТОРИИ……....204
Керн Е. А. БРЕНД ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ..……..205
Килина О. Е. ЛОНГРИДЫ В РЕАЛИЗАЦИИ КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ФУНКЦИИ ЖУРНАЛИСТА……207
Кузьмина А. С. РЕБРЕНДИНГ ПРОДУКТОВОЙ МАРКИ (НА ПРИМЕРЕ «АЛТАЙСКОГО МЕДОВОГО ПРЯНИКА»)……...…….209
Микшина Л. Е. СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА……....211
Мишкина Д. В. СТРАТЕГИИ И МЕТОДЫ СПИН-ДОКТОРИНГА В СОВРЕМЕННЫХ СМИ……..213
Пилипенко А. В. МИФОЛОГИЯ ГЕОМЕТРИЧЕСКИХ СИМВОЛОВ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ……...215
Ревякина К. Е. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ КАНАЛОВ КОММУНИКАЦИИ ЧАСТНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ (ЧОУ «ЦЕНТР СЕМЬИ И ДЕТСТВА «ИМКА» Г. БАРНАУЛ)…….216
Субботина С. П. ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ И МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА РЕЧЕВУЮ КУЛЬТУРУ ПОДРОСТКОВ……...218
Чулимова Е. И. ПЛАНИРОВАНИЕ В КОНВЕРГЕНТНОЙ РЕДАКЦИИ…...……221
Торхов В. К., Шилов И. С. РЕКЛАМА В КИНЕМАТОГРОФЕ…...……...224
Ширяева К. Е. ТРАНСМЕДИЙНЫЙ ДИСКУРС: ОБРАЗ РОССИИ В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ……225

ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИИ……...228

АРХИТЕКТУРА И СТРОИТЕЛЬСТВО. КОММУНАЛЬНО-БЫТОВОЕ ХОЗЯЙСТВО И ТРАНСПОРТНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА..……..228

Аверьянова Е. Н., Слипаченко Е. М. СОЛНЕЧНАЯ ЭНЕРГЕТИКА КАК ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЙ ФАКТОР В ЖИЛИЩНОМ ХОЗЯЙСТВЕ ГОРОДА..……..228
Блинов С. В., Царёва Е. К. АНАЛИЗ ПРИМЕНЕНИЯ BIM-ТЕХНОЛОГИИ ПРИ ПРОЕКТИРОВАНИИ ЗДАНИЙ И СООРУЖЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА AUTODESK REVIT……230
Бунина А. А. ИССЛЕДОВАНИЕ ПРОЧНОСТНЫХ И ПУЧИНИСТЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ЛЕССОВЫХ СУПЕСЕЙ……233
Данилюк М. В. БЕСПИЛОТНЫЕ АВТОМОБИЛИ……235
Демонов И. О. АВТОМАТИЧЕСКАЯ СИСТЕМА ВЕСОГАБАРИТНОГО КОНТРОЛЯ……..238
Дергачёв И. С. СОВРЕМЕННЫЕ СИСТЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ АВТОМОБИЛЕЙ……...240
Жилякова О. А. ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ОРГАНИЗАЦИИ ГОРОДСКИХ НАЗЕМНЫХ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК В СЛУЧАЯХ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ ОБСТОЯТЕЛЬСТВ……...242
Исаева Е. В. АНАЛИЗ ДЕЙСТВУЮЩИХ ТУРИСТИЧЕСКИ ПОТОКОВ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЗАГРУЖЕННОСТЬ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ, ВЕДУЩИХ К НАИБОЛЕЕ КРУПНЫМ КУРОРТНЫМ ЗОНАМ АЛТАЯ……243

Казанцева М. Н. ПРИОРИТЕТНЫЕ СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ОСНОВАНИЙ И ФУНДАМЕНТОВ ОТ ДЕФОРМАЦИЙ МОРОЗНОГО ПУЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГОРОДА БАРНАУЛА……...246
Кудрявцева А. А., Кирколуп Е. Р. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ БЮДЖЕТНЫХ ПЛАТ С МИКРОКОНТРОЛЛЕРОМ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ ПОДСИСТЕМ «УМНОГО ДОМА»……..248
Лим А. Г., Бердюгина Е. П. АНАЛИЗ ВОЗДЕЙСТВИЯ КЛИМАТИЧЕСКИХ НАГРУЗОК НА ОПОРУ……...250
Логинов А. В. ПРИМЕНЕНИЕ ФОТО- И ВИДЕОФИКСАЦИИ НАРУШЕНИЙ ПРАВИЛ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ ДЛЯ ПРОФИЛАКТИКИ ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНЫХ ПРОИСШЕСТВИЙ……..253
Махов К. А. АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБСЛЕДОВАНИЙ МОСТОВЫХ ЖЕЛЕЗОБЕТОННЫХ КОНСТРУКЦИЙ……..256
Морозов М. Д. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРИМЕНЕНИЯ СВАРНЫХ И ВЯЗАНЫХ СОЕДИНЕНИЙ РАБОЧЕЙ АРМАТУРЫ НА ПРИМЕРЕ МОНОЛИТНОГО ПЕРЕКРЫТИЯ……..258
Однодворцев В. Е. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИИ УТЕПЛЕНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ДОМОВ ПЕНОПОЛИУРЕТАНОМ ДЛЯ УСЛОВИЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……...261
Парфенова И. С. К ВОПРОСУ О ПРОПАГАНДЕ ПДД КАК МЕТОДА БОРЬБЫ С ДЕТСКИМ ТРАВМТИЗМОМ НА ДОРОГЕ……264
Паутова Д. В. АНАЛИЗ ОТКАЗОВ НА СЕТЯХ ГАЗОРАСПРЕДЕЛЕНИЯ……267
Смольская К. А. СОВОКУПНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ ОПРЕДЕЛЕНИЯ НЕСУЩЕЙ СПОСОБНОСТИ СВАЙ НА ПРИМЕРЕ РЕАЛЬНЫХ УЧАСТКОВ Г. БАРНАУЛА……...270
Степанов А. В. ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЛЕГКИХ СТАЛЬНЫХ ТОНКОСТЕННЫХ КОНСТРУКЦИЙ ИЗ ХОЛОДНОГНУТЫХ ОЦИНКОВАННЫХ ПРОФИЛЕЙ……..271
Сыровежкина Е. С. ПОВЫШЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ НА ОСТАНОВОЧНЫХ ПУНКТАХ И ПЕШЕХОДНЫХ ПЕРЕХОДАХ Г. БАРНАУЛА……274
Тарасов С. В. ПРОЕКТ РЕКОНСТРУКЦИИ КГБУЗ «ГОРОДСКАЯ БОЛЬНИЦА № 3, Г. БАРНАУЛ».....277
Тур В. А. ТЕХНОЛОГИИ ОЗЕЛЕНЕНИЯ ФАСАДОВ ЗДАНИЙ В УСЛОВИЯХ СИБИРИ……280
Федорова В. В. УЧЕТ ГЕНЕТИЧЕСКОЙ НЕЛИНЕЙНОСТИ В СТРОИТЕЛЬНЫХ РАСЧЕТАХ……...283
Феклистов В. В. ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДА ГОРИЗОНТАЛЬНО НАПРАВЛЕННОГО БУРЕНИЯ ПРИ ПРОКЛАДКЕ ИНЖЕНЕРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ……...285

ИНФОРМАЦИОННЫЕ И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ……288

Агаджанян Я. Г. АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОНДИТЕРСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ……..288
Акбердина Е. Р. ВЕБ-САЙТЫ КАК СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ……...290
Боброва Ю. Ю. АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОЧЕГО МЕСТА АДМИНИСТРАТОРА ГОСТИНИЦЫ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ (НА ПРИМЕРЕ ГОСТИНИЦЫ «АЛЕЙКА» Г. АЛЕЙСК)……...293
Борискова Е. О. РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МЕДИЦИНСКИМ ЦЕНТРОМ С ЭЛЕМЕНТАМИ ОЦЕНКИ МЕДИЦИНСКОЙ ПРИГОДНОСТИ ПАЦИЕНТА К РАБОТЕ ПО ПРОФЕССИИ……296
Брютова Е. А. МОДЕЛИРОВАНИЕ УСЛОВИЙ ОСУЩЕСТВИМОСТИ ФИНАНСОВЫХ СХЕМ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ЖИЛИЩНО-НАКОПИТЕЛЬНЫМИ КООПЕРАТИВАМИ……298
Брютова Е. А. WEB-СЕРВИС ОПРЕДЕЛЕНИЯ СЕБЕСТОИМОСТИ СОДЕРЖАНИЯ ОБЩЕГО ИМУЩЕСТВА МНОГОКВАРТИРНОГО ДОМА В РАСЧЕТЕ НА 1 КВ. МЕТР ЖИЛОГО ПОМЕЩЕНИЯ.....302
Быков Д. Ю., Быкова Т.Е. ПРОЕКТИРОВАНИЕ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ ОБЪЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ……...305
Вакуленко Е. А. WEB-СЕРВИС СОПРОВОЖДЕНИЯ ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ……307

Грибов В. Е. ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ ОЦЕНКИ ВОСТРЕБОВАННОСТИ УСЛУГ ГОСТИНИЦЫ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЕЁ ГЕОГРАФИЧЕСКОГО МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЯ И ДРУГИХ ФАКТОРОВ……...310
Дерр Е. А. РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ «ПРОИЗВОДСТВО И РЕАЛИЗАЦИЯ КОВАНЫХ ИЗДЕЛИЙ» (НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЯ ИП «ЯКУБЕНКОВ В.В.»)……312
Злобина М. А. АВТОМАТИЗАЦИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ……314
Зуева Л. Е. РАЗРАБОТКА САЙТА ДЛЯ РЕКЛАМНОЙ ФИРМЫ……...317
Клёпов М. А. THE USE OF THE FOURIER TRANSFORM IN THE PROBLEM OF SCATTERING OF ELECTROMAGNETIC PULSE ON THE DIELECTRIC LAYER……...318
Клименко А. И., Козлова Ю. С. КОМПЛЕКСНАЯ АВТОМАТИЗАЦИЯ СТУДГОРОДКА АЛТГТУ…321
Корчагин С. А. АКТУАЛЬНОСТЬ РАЗРАБОТКИ ИНФОРМАЦИОННОГО РЕСУРСА……323
Кузминский Д. М. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ САЙТОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ……...324
Лутова Д. А. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ЭКСПЛУАТАЦИИ ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНОЙ СИСТЕМЫ ДЛЯ ПАССАЖИРОВ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ВОКЗАЛА «БАРНАУЛ»……...326
Осипов Д. И. РАЗРАБОТКА РЕКЛАМНОГО ВЕБ-САЙТА ДЛЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ….328
Ошлаков В. С. РАЗРАБОТКА БЕСПРОВОДНОЙ СИСТЕМЫ АВТОМАТИЧЕСКОГО ПОЛИВА ПРИУСАДЕБНЫХ УЧАСТКОВ……330
Попова А. В. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ГЕОИНФОРМАЦИОННОГО ОНЛАЙН-СЕРВИСА ОЦЕНКИ И ПРОГНОЗА ПОСЕЩАЕМОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ……..…332
Скворцов И. С. РАЗРАБОТКА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ «ВАКАНСИИ»……..334
Терехов А. С. РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ИС «ЮВЕЛИРНАЯ МАСТЕРСКАЯ»……336
Черданцев А. О., Боровая В. А. РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ АВТОМАТИЧЕСКОГО ОБЪЕЗДА ПРЕПЯТСТВИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ НЕЙРОННОЙ СЕТИ, ОБУЧАЕМОЙ ГЕНЕТИЧЕСКИМ АЛГОРИТМОМ……..338
Чижова Е. А. РАЗРАБОТКА АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ НЕБОЛЬШИМ МЕДИЦИНСКИМ УЧРЕЖДЕНИЕМ (НА ПРИМЕРЕ КГБУЗ «ДЕТСКАЯ ГОРОДСКАЯ БОЛЬНИЦА №1»)……...341
Щусь В. И. ПЕРСПЕКТИВНЫЕ АКТИВНЫЕ СРЕДСТВА ЗАЩИТЫ АКУСТИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ……...343

МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ……...345

Александрова А. С. ЗОНОТОПЫ……345
Алферов А. А. МЕТОДЫ РАСПОЗНАВАНИЯ ОБЪЕКТОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ……345
Бачикова И. А. О РЕШЕНИИ НЕКОТОРЫХ ЗАДАЧ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ОГРАНИЧЕННЫХ РЕСУРСОВ……346
Гебель В. А., Суслова М. В. ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ШТРАФНЫХ ФУНКЦИЙ К РЕШЕНИЮ НЕКОТОРЫХ НЕЛИНЕЙНЫХ ЗАДАЧ С ОГРАНИЧЕНИЯМИ……347
Дёмина А. В. О СЕТЕВОМ ПЛАНИРОВАНИИ СЛОЖНЫХ КОМПЛЕКСОВ РАБОТ……...347
Егорова Ю.В. О ЗАДАЧАХ, СВЯЗАННЫХ С ТЕОРЕМОЙ СИЛЬВЕСТРА — ГАЛЛАИ……348
Звонцова А. А. О РАЗБИЕНИИ МНОГОУГОЛЬНИКА НА МОНОТОННЫЕ ЧАСТИ……...348
Клепиков П. Н. АЛГЕБРАИЧЕСКИЕ СОЛИТОНЫ РИЧЧИ НА (ПСЕВДО)РИМАНОВЫХ МНОГООБРАЗИЯХ С ПАКЕТАМИ СИМВОЛЬНЫХ ВЫЧИСЛЕНИЙ……349
Клепикова С. В. 4-МЕРНЫЕ ЛОКАЛЬНО ОДНОРОДНЫЕ МНОГООБРАЗИЯ С ИЗОТРОПНЫМ ТЕНЗОРОМ ВЕЙЛЯ……350

Лиханов К. А. ОБ ОДНОЙ ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОЙ ЗАДАЧЕ НАХОЖДЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА ПЕРЕСЕКАЮЩИХСЯ ОТРЕЗКОВ……..350
Масленникова И. С. ОБОБЩЕНИЕ ТЕОРЕМЫ КАРАТЕОДОРИ ДЛЯ ВЫПУКЛЫХ МНОЖЕСТВ…351
Мецкер Д. А. ЗАДАЧА ОБ ОХРАНЕ КАРТИННОЙ ГАЛЕРЕИ……...352
Рябов И. Ю. ФРАКТАЛЬНОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ ОБЪЕКТОВ……353
Савин Т. Ю. О ЗАДАЧАХ, СВЯЗАННЫХ С ТЕОРЕМОЙ ХЕЛЛИ……...353
Табачкова О. Ю. О НЕКОТОРЫХ ОПТИМИЗАЦИОННЫХ ЗАДАЧАХ СЕТЕВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ……...354
Федосова О. В. ИНВАРИАНТЫ В ТЕОРИИ УЗЛОВ……354
Хорошавин А. Е. ЗАДАЧА О ПОКРЫТИИ МНОГОУГОЛЬНИКА КРУГОМ……...355
Хохряков В. С. ОБ ОДНОМ АЛГОРИТМЕ ФРАКТАЛЬНОГО СЖАТИЯ ИЗОБРАЖЕНИЙ……356
Шевелева А. А. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДИНАМИКИ ОБОРОТА РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В РФ...357
Эрнст И. В. ПОТОК РИЧЧИ НА ГРУППЕ SU(2)……...357

МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРИЛОЖЕНИИ К ОБЪЕКТАМ НАУКИ И ТЕХНИКИ……..359

Алехина Ю. И. ГЕНЕРАЦИЯ И АНАЛИЗ ТАБЛИЦЫ НАБЛЮДЕНИЙ С ИНТЕРВАЛЬНЫМИ ОШИБКАМИ……359
Барсукова Т. Ю. МОДЕЛИРОВАНИЕ ЗАВИСИМОСТИ ШИРИНЫ ГОДИЧНЫХ КОЛЕЦ ОТ КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ……...361
Баюк А. А., Хворова Л. А., Топаж А. Г. ИССЛЕДОВАНИЕ АНАЛИТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ПРОЦЕССА ПРОИЗВОДСТВА БИОГАЗА……..364
Букасова А. К. КОЛИЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ РЕКУРРЕНТНЫХ ДИАГРАММ ДИНАМИКИ ПОПУЛЯЦИЙ……..366
Варавина А. Ю. ЭКСПЕРТНОЕ ОЦЕНИВАНИЕ СТОИМОСТИ ЗЕМЕЛЬНЫХ УЧАСТКОВ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИМИТАЦИОННЫХ ИГР……..368
Греб А. С. УСТРОЙСТВО ДЛЯ ИЗМЕЛЬЧЕНИЯ ДРЕВЕСНО-СТРУЖЕЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ……..370
Ермаков М. Г. ТРЕНАЖЕР С ВОЗМОЖНОСТЬЮ АНАЛИЗА И КОРРЕКТИРОВКИ ДВИЖЕНИЙ КЛАССИЧЕСКОГО ХОДА ЛЫЖНИКА……..372
Ермаков Ю. Г. ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ БАЗОВЫМИ МЕДИЦИНСКИМИ УСЛУГАМИ (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)……...375
Ефремова О. А. РАСЧЕТ КПД И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ СОЛНЕЧНОГО КОЛЛЕКТОРА……377
Колисниченко Н. А., Перевозчикова А. А., Сысоева Т. Г. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДАННЫХ ДИСТАНЦИОННОГО ЗОНДИРОВАНИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ РАСТИТЕЛЬНОГО ПОКРОВА И КАЧЕСТВА ВОДЫ В ВОДОЕМАХ……380
Косолап Ж. И. КОМПЬЮТЕРНАЯ МОДЕЛЬ НАБЛЮДЕНИЙ В ПРЕДПОЛОЖЕНИЯХ КОНФЛЮЭНТНОГО АНАЛИЗА……382
Костюк К. И. МУЛЬТИАГЕНТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ….384
Кротова О. С., Сидун Д. Ю. СОВРЕМЕННЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИЗУЧЕНИИ САХАРНОГО ДИАБЕТА У ДЕТЕЙ И ПОДРОСТКОВ……...385
Максимов Ю. К. ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ……...387
Михалева А. В. ТЕХНОЛОГИЯ BLOCKCHAIN В АВТОМАТИЗАЦИИ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК……390
Неупокоева К. Г. МОДЕЛЬ БИОЛОГО-СОЦИАЛЬНОЙ ЭВОЛЮЦИИ……391
Нурахунов Р. С. ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ……..393
Карлова Ю. О. МОДЕЛИРОВАНИЕ ТЕМПЕРАТУРНОГО РЕЖИМА ПОЧВЫ С ГРАНИЦЕЙ РАЗДЕЛА……...394

Юрченко О. С. ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ МАТЕРИНСКОГО КАПИТАЛА НА УРОВЕНЬ РОЖДАЕМОСТИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ……396

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРОИЗВОДСТВ

Баранов Н. С. АНАЛИЗ СИСТЕМЫ ПРИЁМОЧНОГО КОНТРОЛЯ В МАССОВОМ АВТОМАТИЗИРОВАННОМ ПРОИЗВОДСТВЕ……399
Белоусов Е. В. ПРЕЦИЗИОННЫЕ СПОСОБЫ ОБРАБОТКИ ПОВЕРХНОСТИ МЕТАЛЛА……..401
Бочаров Д. А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КАРТ ШУХАРТА ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ТОЧНОСТЬЮ ИЗГОТОВЛЕНИЯ ГИЛЬЗ……402
Верховская А. А., Дворников Е. А. ПОВЫШЕНИЕ НАДЕЖНОСТИ СБОРКИ ИЗДЕЛИЙ НА РОТОРНЫХ АВТОМАТИЧЕСКИХ ЛИНИЯХ……404
Гладыщук А. А. РАЗРАБОТКА БИОНИЧЕСКОГО РОБОТИЗИРОВАННОГО ПРОТЕЗА РУКИ НА ОСНОВЕ ГИДРОПРИВОДА……...406
Горин Е. Ю. МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ РАБОЧИХ ПРОЦЕССОВ ФРЕЗЕРОВАНИЯ В ПРИКЛАДНОМ ПАКЕТЕ RECURDYN……407
Гребеньков Р. В., Просеков С. С. МОДЕЛИРОВАНИЕ ШЕРОХОВАТОСТИ ПОВЕРХНОСТИ ДЛЯ ДВУХДИСКОВОГО МАГНИТНОГО АБРАЗИВНОГО ПРОЦЕССА……410
Емченко А. В. СОЗДАНИЕ ИНСТРУМЕНТАЛЬНОГО МИКРОСКОПА……..413
Жидецкая А. С., Гордиенко Н. В. ПОВЫШЕНИЕ СТОЙКОСТИ РЕЖУЩЕГО ИНСТРУМЕНТА…...417
Заборцева М. Н. ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТЕПЕНИ ТОЧНОСТИ ЗУБЧАТОГО КОЛЕСА, ИЗГОТОВЛЕННОГО 3D-ПЕЧАТЬЮ……419
Иванов А. В. ИССЛЕДОВАНИЕ ПОВЕРХНОСТИ ТРЕНИЯ ФРИКЦИОННОГО УЗЛА ПОГЛОЩАЮЩЕГО АППАРАТА……..424
Ильиных Г. Г. ОСОБЕННОСТИ ДОРНОВАНИЯ ОТВЕРСТИЙ В ДЕТАЛЯХ С НЕРАВНОМЕРНОЙ ТОЛЩИНОЙ СТЕНКИ…….....427
Катковский И. Д. АНАЛИЗ ПРОЦЕССА ПОЛУЧЕНИЯ НЕПОДВИЖНЫХ СОЕДИНЕНИЙ СО СВЁРНУТЫМИ ВТУЛКАМИ……..429
Козлова А. А. ПРОИЗВОДСТВО НЕКОТОРЫХ ВИДОВ КОТЛЕТ……432
Комаров Д. А. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНО-АППАРАТНОГО КОМПЛЕКСА ВИЗУАЛЬНО-ОПТИЧЕСКОГО КОНТРОЛЯ ЗАГОТОВОК ИЗ СПЕЦИАЛЬНОЙ СТАЛИ……434
Котыхов А. А. ПРИМЕНЕНИЕ ПНЕВМАТИЧЕСКИХ ПРИЖИМНЫХ УСТРОЙСТВ ДЛЯ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СБОРОЧНО-СВАРОЧНОЙ ОСНАСТКИ……435
Левкович С. В. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЗАЩИТНЫХ ПОЛИМЕРНЫХ ПОКРЫТИЙ АТМОСФЕРНЫМ ПЛАЗМЕННЫМ НАПЫЛЕНИЕМ……6
Лукаш А. С. АВТОМАТИЗАЦИЯ ВЫБОРА СРЕДСТВ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ОСНАСТКИ……...438
Негруленко Д. Н. НАЗНАЧЕНИЕ РЕЖУЩЕГО ИНСТРУМЕНТА ДЛЯ ОБРАБОТКИ СЛОЖНОПРОФИЛЬНЫХ ПОВЕРХНОСТЕЙ……..441
Никишин Р. В. АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОЦЕССА ДЕФОРМИРУЮЩЕГО ПРОТЯГИВАНИЯ……443
Обложок Д. Н., Мерц В. И. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ АДАПТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ ФРЕЗЕРОВАНИЯ НА СТАНКАХ С ЧПУ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ САМООБУЧАЮЩЕЙСЯ ИСКУССТВЕННОЙ НЕЙРОННОЙ СЕТИ……445
Пастухович Д. Ю. ТЕРМОЭЛЕКТРИЧЕСКИЙ МЕТОД ДИАГНОСТИКИ ПРОЦЕССА РЕЗАНИЯ….448
Пашкова Е. А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА СБОРКИ КОЛЕСНЫХ ПАР С БУКСОВЫМИ УЗЛАМИ, ЗА СЧЕТ ВНЕДРЕНИЯ АВТОМАТИЗИРОВАННОЙ УСТАНОВКИ ЗАТЯЖКИ БОЛТОВ ТОРЦЕВОГО КРЕПЛЕНИЯ……450
Попазов В. А. ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТОЙКОСТИ СПИРАЛЬНОГО СВЕРЛА ПРИ ОБРАБОТКЕ КОМПОЗИЦИОННЫХ МАТЕРИАЛОВ……452

Потапов И. С. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЗАДАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ КАЧЕСТВА ПОВЕРХНОСТЕЙ НА ОПЕРАЦИЯХ ВЫСОКОСКОРОСТНОГО ФРЕЗЕРОВАНИЯ НА СТАНКАХ С ЧПУ……...454
Пушкина Е. К. ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОВЕРХНОСТНО-ПЛАСТИЧЕСКОГО ДЕФОРМИРОВАНИЯ ДЛЯ ПРАВКИ ДЕТАЛЕЙ……456
Смолёнова А. Д. ПАРАМЕТРИЧЕСКОЕ ГЕОМЕТРИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ В САПР……..458
Соломин Д. Е. МИКРОФРЕЗЕРОВАНИЕ БУКВЕННО-ЦИФРОВЫХ ЗНАКОВ НА МЕТАЛЛИЧЕСКИХ ИЗДЕЛИЯХ……...460
Титаренко С. В. СТАТИСТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОЧНОСТЬЮ ОБРАБОТКИ ПОРШНЕВОГО ПАЛЬЦА НА ФИНИШНЫХ ОПЕРАЦИЯХ……...462
Уваров А. Е. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПОГЛОЩАЮЩЕГО АППАРАТА.....……...465
Щербинин Д. С. ПОВЫШЕНИЕ ИЗНОСОСТОЙКОСТИ ШТАМПОВОЙ ОСНАСТКИ ДЛЯ ХОЛОДНОГО ДЕФОРМИРОВАНИЯ……467
Яковлев Д. В. ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ИНСТРУМЕНТАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЦЕХА/УЧАСТКА КОРПУСНЫХ ДЕТАЛЕЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГРУППОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ…..469
Ярин Д. А. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ГРАФИЧЕСКИХ РЕДАКТОРОВ SOLIDWORKS И КОМПАС 3D……471
Яшкин С. А. РАЗРАБОТКА КОНСТРУКТИВНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ТРЕБОВАНИЙ, ПРЕДЪЯВЛЯЕМЫХ К БРОНЕБОЙНЫМ СЕРДЕЧНИКАМ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА ИХ ОТКАЗОВ ПРИ ФУНКЦИОНИРОВАНИИ……473

ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКА……....476

Бастрыкин К. В., Дитятев Д. С. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ УСТРОЙСТВ ЗАЗЕМЛЕНИЯ НЕЙТРАЛИ В ГОРОДСКИХ ЭЛЕКТРИЧЕСКИХ СЕТЯХ 6-35 КВ……...476
Бокарев В. С. СИСТЕМЫ РЕЗЕРВНОГО ЭЛЕКТРОСНАБЖЕНИЯ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ……478
Вакуленко С. В. ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИИ «УМНЫЙ ЩИТ» (SMART PANEL) КАК ЭЛЕМЕНТ АВТОМАТИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЭЛЕКТРОСНАБЖЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ЗДАНИЙ……...481
Венгерский А. Д. РАЗРАБОТКА УСТРОЙСТВА СИГНАЛИЗАЦИИ С ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЕМ ДЛЯ КТП……...483
Винокуров С. А. ПРЕИМУЩЕСТВА АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ ИНФОРМАЦИОННО-ИЗМЕРИТЕЛЬНЫХ СИСТЕМ КОММЕРЧЕСКОГО УЧЕТА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ В РАМКАХ РОЗНИЧНЫХ РЫНКОВ……486
Власов Р. Ю. РАЗРАБОТКА УСТРОЙСТВА МОНИТОРИНГА ГОРОДСКИХ ПОДСТАНЦИЙ……..488
Григорян А. С., Григорян В. С. НАКОПИТЕЛЬ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ НА ОСНОВЕ ВОДОРОДНОГО ТОПЛИВНОГО ЭЛЕМЕНТА……490
Григорян В. С. СПОСОБ СНИЖЕНИЯ РАСХОДОВ ЗА ПОТРЕБЛЕННУЮ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЮ В МНОГОКВАРТИРНЫХ ЖИЛЫХ ДОМАХ……..493
Деев Ю. В. РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МИКРОКЛИМАТОМ……495
Жиряков Д. А. РАЗРАБОТКА ТЕХНИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ БЕЗУЧЕТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ МОДИФИЦИРОВАННЫМИ СЧЕТЧИКАМИ……498
Жук В. Л. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЯ С ПОМОЩЬЮ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ……500
Иванов Д. О. РАСПРЕДЕЛЁННАЯ ГЕНЕРАЦИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ……503
Иванов Р. О. ВНЕДРЕНИЕ МАЛОМОЩНЫХ СОЛНЕЧНЫХ ЭЛЕКТРОСТАНЦИЙ С ЦЕЛЬЮ ЗАМЕЩЕНИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ ИЗ ЦЕНТРАЛИЗОВАННОЙ СЕТИ……505
Ильиных Л. А. ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕСПЕРЕБОЙНОЙ ГЕНЕРАЦИИ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ СОЛНЕЧНОЙ ЭЛЕКТРОСТАНЦИЕЙ ПРИ ПОТЕРЕ СВЯЗИ С ЭНЕРГОСИСТЕМОЙ……..507

Лейкин А. Г. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНО-АППАРАТНОГО КОМПЛЕКСА ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ ХИЩЕНИЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ ПУТЕМ БЕСКОНТАКТНОГО СБОРА ПОКАЗАТЕЛЕЙ И АНАЛИЗА В ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ……510
Мазепа Д. И. ПОВЫШЕНИЕ НАДЕЖНОСТИ ЗАЩИТЫ СЕТЕЙ 0,4 КВ ПРИ ПОМОЩИ АВТОМАТИЧЕСКИХ ВЫКЛЮЧАТЕЛЕЙ С МИКРОПРОЦЕССОРНЫМ РАСЦЕПИТЕЛЕМ……512
Малков И. С. АНАЛИЗ ЭНЕРГОПОТРЕБЛЕНИЯ НА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОМ ПРЕДПРИЯТИИ Г. БАРНАУЛА……...515
Марков Д. А. ПРИМЕНЕНИЕ БИОГАЗОВОЙ УСТАНОВКИ ДЛЯ ДЕРЕВООБРАБАТЫВАЮЩЕГО ЦЕХА……..518
Меркульева Т. А. РАЗРАБОТКА ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ И ЭЛЕКТРОБУСОВ……521
Павлов А. С. ИННОВАЦИОННАЯ СИСТЕМА ЭЛЕКТРОСНАБЖЕНИЯ СОБСТВЕННЫХ НУЖД ТРАНСФОРМАТОРНОЙ ПОДСТАНЦИИ……523
Папин Д. С. ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ НА ПСИХОЛОГИЮ ЧЕЛОВЕКА……526
Перфильева А. А. О ПЕРСПЕКТИВАХ ИНВЕСТИЦИЙ В СОЛНЕЧНУЮ ЭНЕРГЕТИКУ И РАЗВИТИЕ РЫНКА ENERGYNET НАЦИОНАЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ИНИЦИАТИВЫ……528
Семдянкина Д. С. МОДЕЛЬ ПОСТРОЕНИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ……...531
Сорокина Л. В. РЕЗЕРВИРОВАНИЕ ИСТОЧНИКА ЗАДАЮЩЕГО НАПРЯЖЕНИЯ ИНВЕРТОРА КОШ-АГАЧИНСКОЙ СОЛНЕЧНОЙ ЭЛЕКТРОСТАНЦИИ……..533
Столков А. С. СИСТЕМА УЛИЧНОГО ОСВЕЩЕНИЯ НА ОСНОВЕ МИНИ-ЭЛЕКТРОСТАНЦИЙ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ВЫСОКОЭФФЕКТИВНЫХ ГЕТЕРОСТРУКТУРНЫХ СОЛНЕЧНЫХ МОДУДУ-
ЛЕЙ……..536
Тыштыкбаева А. Е. МОНИТОРИНГ ФАКТИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ СИЛОВОГО ЭЛЕКТРООБОРУДОВАНИЯ И ВЫЯВЛЕНИЯ НЕИСПРАВНОСТИ НА РАННЕЙ СТАДИИ С ПОМОЩЬЮ ИНФРАКРАСНОГО ТЕРМОГРАФИРОВАНИЯ……538
Шахворостова Д. Н. ПРИМЕНЕНИЕ ГИБРИДНЫХ НАКОПИТЕЛЕЙ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЗАДАННОГО КАЧЕСТВА ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ……541
Эргашев И. Ф., Григорян В. С. КОМБИНИРОВАННАЯ ГАЗО-ЖИДКОСТНАЯ МАХОВИЧНАЯ СИСТЕМА НАКОПЛЕНИЯ ЭНЕРГИИ……543

ЭЛЕКТРОТЕХНИКА……546

Алексеев К. И. МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЗАЩИТЫ……546
Белов А. А., Белова В. А. ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЕ СИСТЕМЫ ОБОГРЕВА НА ОСНОВЕ НАНОСТРУКТУРНЫХ МНОГОЭЛЕКТРОДНЫХ КОМПОЗИЦИОННЫХ ЭЛЕКТРООБОГРЕВАТЕЛЕЙ……548
Белоусов Е. В. ПРОЕКТИРОВАНИЕ СИЛОВОГО ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОГО ТРАНСФОРМАТОРА С УРОВНЕМ ПОТЕРЬ, УДОВЛЕТВОРЯЮЩИМ СТАНДАРТУ ОРГАНИЗАЦИИ ПАО «РОССЕТИ»……550
Бобровский С. О. ДАТЧИК ТОКА ВЫСОКОЧАСТОТНОЙ ИНДУКЦИОННОЙ УСТАНОВКИ ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЙ БАРНАУЛА……551
Борисов И. С. РАЗРАБОТКА МЕТОДА РЕГУЛИРОВАНИЯ НАПРЯЖЕНИЯ ГЕНЕРАТОРА ДЛЯ НЕТРАДИЦИОННЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ……554
Казымов И. М. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФАКТА НЕУЧТЁННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ В СЕТИ С ПРИМЕНЕНИЕМ САМОНЕСУЩИХ ИЗОЛИРОВАННЫХ ПРОВОДОВ……557
Королёв Д. А., Титова А. А. ТРАНЗИСТОРНОЕ УСТРОЙСТВО РЕГУЛИРОВАНИЯ СКОРОСТИ ВРАЩЕНИЯ РОТОРА ТРЕХФАЗНОГО АСИНХРОННОГО ЭЛЕКТРОДВИГАТЕЛЯ……..559

Крюков Д. Н. СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ СИСТЕМ ЭНЕРГОСНАБЖЕНИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ СНИЖЕНИЯ ОБЪЕМОВ ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ……561
Кузнецов И. А., Латин Д. Е. ОПРЕДЕЛЕНИЕ МЕСТА ОДНОФАЗНОГО ЗАМЫКАНИЯ НА ЗЕМЛЮ В СЕТЯХ С ИЗОЛИРОВАННОЙ НЕЙТРАЛЬЮ……..564
Паксюткин В. М. АЛГОРИТМ РАБОТЫ ИНФОРМАЦИОННО-ЭНТРОПИЙНОГО МЕТОДА ОЦЕНКИ СТЕПЕНИ ДИСПЕРГИРОВАННОСТИ ТЕХНИЧЕСКОГО УГЛЕРОДА В НАНОСТРУКТУРНЫХ КОМПОЗИЦИОННЫХ МАТЕРИАЛАХ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ……567
Рыбалкина Т. И., Рязанова Е. Д., Иванов И. А. НЕЗАВИСИМЫЙ ПОЛУПРОВОДНИКОВЫЙ КОММУТАТОР НА ТРАНЗИСТОРЕ N-P-N ТИПА……....569
Рязанова Е. Д., Рыбалкина Т. И., Иванов И. А. ПОЛУПРОВОДНИКОВЫЙ КЛЮЧ НА ТРАНЗИСТОРЕ P-N-P……..570
Сабельников А. С. АНАЛИЗ НАДЕЖНОСТИ ВОЗДУШНЫХ ЛИНИЙ ЭЛЕКТРОПЕРЕДАЧ РАЗЛИЧНОГО СЕЧЕНИЯ……..572
Сокольских Е. В., Чашников Г. А. ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРАДИЦИОННОЙ И АЛЬТЕРНАТИВНОЙ ЭНЕРГИИ ПРИ ЭНЕРГОСНАБЖЕНИИ АВТОНОМНЫХ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В АЛТАЙСКОМ РЕГИОНЕ……573
Сологубов А. В. РАЗРАБОТКА И СОЗДАНИЕ ОПЫТНОГО ОБРАЗЦА ЭЛЕКТРИЧЕСКОГО АППАРАТА ПОДОГРЕВА И СУШКИ ЗЕРНА……575
Суслов А. В. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОВРЕЖДЕНИЯ ИЗОЛЯТОРОВ НА ВЛ 110 КВ……579
Титова А. А., Королёв Д. А. О НЕОБХОДИМОСТИ РАЗРАБОТКИ СТЕНДА ДЛЯ ИСПЫТАНИЙ ЭЛЕКТРОПРИВОДОВ СТРЕЛОЧНЫХ ПЕРЕВОДОВ……581
Тузиков А. В. МОДЕРНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ АВТОМАТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМ ПРОЦЕССОМ ПРИГОТОВЛЕНИЯ КОНДИТЕРСКОЙ ПРОДУКЦИИ……...583
Шарипов Н. Б. ИССЛЕДОВАНИЕ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕПЛОВЫХ НАСОСОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ГРУНТОВЫХ ТЕПЛООБМЕННИКОВ……584
Шевцов А. П. МЕТОДИКА РАСЧЕТА РЕВЕРСИВНОЙ ТОПКИ……587
Щербинин И. А. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАНОСТРУКТУР КОМПОЗИЦИОННЫХ ЭЛЕКТРООБОГРЕВАТЕЛЕЙ ДЛЯ ТЕПЛОВОЙ ОБРАБОТКИ ЗЕРНА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННО-ЭНТРОПИЙНОГО МЕТОДА……..589

ИСТОРИЯ И КУЛЬТУРА……..592

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ НАРОДОВ И КУЛЬТУР БОЛЬШОГО АЛТАЯ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ……592

Аюпов Т. М. ПРОБЛЕМА ТМУТАРАКАНСКОГО КНЯЖЕСТВА В ОСВЕЩЕНИИ ИСТОРИИ СРЕДНЕВЕКОВОЙ ИСТОРИИ РОССИИ……592
Баранов М. В. ВОЕННАЯ ОПЕРАЦИЯ США В АФГАНИСТАНЕ: ПРИЧИНЫ, ПЕРВЫЙ ЭТАП ВОЙНЫ (2001–2002 ГОД)……594
Гибельгаус Т. А. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА И СЕЛА АЛТАЙСКОГО КРАЯ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ……...596
Гюнтер А. В. ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ СОТРУДНИЧЕСТВА АЛТАЙСКОГО КРАЯ С ПРИГРАНИЧНЫМИ АЙМАКАМИ МОНГОЛИИ В 1990-е-2010-е гг……..599
Ияс И. В. ДЕЙСТВИЯ ПАРТИЗАНСКОГО ОТРЯДА РОГОВА НА ТЕРРИТОРИИ КУЗНЕЦКА В ДЕКАБРЕ 1919 ГОДА……601
Калашников А. А. РЕШЕНИЕ АГРАРНОГО ВОПРОСА В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ АЛТАЙСКОГО КРЕСТЬЯНСТВА В 1917 Г. (ПО МАТЕРИАЛАМ ОПРОСНОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ ВОЛОСТНЫХ ЗЕМЕЛЬНЫХ КОМИТЕТОВ)……603

Киритенко Е. С. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕЛИГИОЗНЫХ КОНФЕССИЙ НА ТЕРРИТОРИИ ГОРНОГО АЛТАЯ……...606
Леонова В. А. К ВОПРОСУ МЕМОРИАЛЬНЫХ ТРАДИЦИЙ ПЕРВОЙ МИРОВОЙ ВОЙНЫ В ТОМСКОЙ ГУБЕРНИИ — АЛТАЙСКОМ КРАЕ……..607
Мизимбаев Т. С. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ ДОКТРИН ПОСТСОВЕТСКОГО УЗБЕКИСТАНА И КАЗАХСТАНА……..610
Огнев Д. С. БАРНАУЛЬСКИЙ И ПАВЛОВСКИЙ СЕРЕБРОПЛАВИЛЬНЫЙ ЗАВОДЫ И ИХ РОЛЬ В КОЛЫВАНО-ВОСКРЕСЕНСКОМ ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ В XVIII в. ……...612
Панченко И. А. КИТАЙ КАК ТЕРРИТОРИЯ СТОЛКНОВЕНИЯ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСОВ ВЕДУЩИХ ЕВРОПЕЙСКИХ ГОСУДАРСТВ ЗА ГОСПОДСТВО В АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКОМ РЕГИОНЕ (КОНЕЦ XIX — НАЧАЛО XX вв.)……616
Садыкова А. А. ВЛИЯНИЕ ИСЛАМА НА ПОЛИТИЧЕСКУЮ ЖИЗНЬ КИТАЯ: НА ПРИМЕРЕ СИНЬЦЗЯНО-УЙГУРСКОГО АВТОНОМНОГО РАЙОНА……618
Свидовская А. С. ТРАДИЦИИ И НОВАЦИИ В ПРИГОТОВЛЕНИИ ПИЩИ УКРАИНЦАМИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ В ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЕ XX ВЕКА (НА ПРИМЕРЕ БЛЮД ИЗ ТЫКВЫ)……...620
Третьяков А. Н. СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В ВУЗЕ……623

ИСТОРИЯ, ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ СВЯЗИ Г. БАРНАУЛА……625

Акимова А. А. БИБЛИОТЕКИ ГОРОДА БАРНАУЛА: РЕКЛАМА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ……625
Артемова Д. А. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ СРЕДСТВАМИ ШКОЛЬНОГО МУЗЕЯ (НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЯ ИСТОРИИ ЛЕНИНСКОГО РАЙОНА МБОУ «СОШ № 113 ИМ. СЕРГЕЯ СЕМЕНОВА»)……626
Арыкова А. М. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ АНСАМБЛЯ ДЕМИДОВСКОЙ ПЛОЩАДИ ГОРОДА БАРНАУЛА……...629
Барсукова Ю. К. РОЛЬ БИБЛИОТЕК Г. БАРНАУЛА В ПРОДВИЖЕНИИ ЛИТЕРАТУРНОГО КРАЕВЕДЕНИЯ……632
Бенда В. В. ПРЕЗЕНТАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ НА ПРИМЕРЕ БИБЛИОТЕКИ-ФИЛИАЛА № 32 МБУ «ЦБС Г. БАРНАУЛА»……...634
Бендрикова Ю. А. ГОРНЫЙ ИНЖЕНЕР А.И. ГАБРИЭЛЬ НА АЛТАЕ……...637
Бородина С. А. РАЗВИТИЕ ГОРНОЛЫЖНОГО ТУРИЗМА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ……...640
Валькова К. В. РАЗВИТИЕ КРИТИЧЕСКОГО РЕАЛИЗМА В ИСКУССТВЕ: В. В. СТАСОВ И И. Н. КРАМСКОЙ И ИХ ОЦЕНКА КАРТИН НАРОДНИЧЕСКОЙ СЕРИИ ХУДОЖНИКОВ-ПЕРЕДВИЖНИКОВ……..641
Гряникова Г. А. АНАЛИЗ ИСТОЧНИКОВ ПО ИЗУЧЕНИЮ ИСТОРИИ РАЗВИТИЯ БАРНАУЛЬСКОЙ ТОРГОВЛИ 1960-Х — ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ 1980-х гг. ……..644
Дьячишина М. В. МАРКЕТИНГ В МУЗЕЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО МУЗЕЯ ИСТОРИИ ЛИТЕРАТУРЫ, ИСКУССТВА И КУЛЬТУРЫ АЛТАЯ)……..647
Мальчугова К. К. ПРИРОДНЫЕ ТУРИСТСКИЕ РЕСУРСЫ АЛТАЙСКОГО КРАЯ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ЕГО ТЕРИТОРРИИ……..648
Журавлева Т. Е. ЛИТЕРАТУРНОЕ КРАЕВЕДЕНИЕ В СЕЛЬСКОЙ БИБЛИОТЕКЕ……651
Зеленкова А. М. БАРНАУЛЬСКАЯ СТАРООБРЯДЧЕСКАЯ ОБЩИНА. ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ……654
Капес В. В. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КРАЕВЕДЧЕСКИХ МУЗЕЕВ РЕГИОНА……...657

Карсунцев А. В. ПРЕЗЕНТАЦИЯ ТРАДИЦИОННОЙ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОВРЕМЕННОМ МУЗЕЙНОМ ПРОСТРАНСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МУЗЕЯ «ГОРНАЯ АПТЕКА»)….659
Козлова А. П., Петрик С. А. ДЕТСКАЯ АУДИТОРИЯ СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ: ПРИВЛЕЧЕНИЕ К ЧТЕНИЮ……..660
Куликова А. А. ИСТОРИЯ И ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ГОРОДА БАРНАУЛА. ДЕМИДОВСКИЕ МЕСТОРОЖДЕНИЯ……..662
Ли Т. В. ПРОБЛЕМА НЕДОСТАТКА ИНФОРМАЦИИ ОБ ОТДЫХЕ НА ТЕРРИТОРИИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……663
Лобанова Т. А. ВОЛОНТЕРСТВО В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БИБЛИОТЕК (НА ПРИМЕРЕ БИБЛИОТЕКИ ФИЛИАЛА № 18 МБУ ЦБС Г. БАРНАУЛА)……..664
Лядова А. Н. ЛИТЕРАТУРНОЕ КРАЕВЕДЕНИЕ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ……..666
Несветаева Ю. О. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ И ПРЕЗЕНТАЦИЯ КАЗАЧЬЕЙ КУЛЬТУРЫ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РЕГИОНА……668
Никитина Т. А. РОЛЬ ВУЗА КУЛЬТУРЫ В РАЗВИТИИ РЕГИОНА……...670
Пахина В. В. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММ СОЦИАЛИЗАЦИИ В ДЕТСКИХ БИБЛИОТЕКАХ: ВОЗМОЖНОСТИ КУКОЛЬНОГО ТЕАТРА……673
Пчельников М. Ю., Тихомиров Н. А. ТУРИСТКО-РЕКРЕАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ВЕРХОВИЙ РЕКИ ПЕСЧАНАЯ……675
Саакян С. А. СФЕРА УСЛУГ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ, СОСТАВ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ……678
Степкина В. Е. ШКОЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ РАЗВИТИЯ КРАЕВЕДЕНИЯ……681

МУЗЕОЛОГИЯ И ОХРАНА ОБЪЕКТОВ КУЛЬТУРНОГО И ПРИРОДНОГО НАСЛЕДИЯ……..683

Бутина А. В. АНАЛИЗ ПЕРСПЕКТИВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНДУСТРИАЛЬНОГО НАСЛЕДИЯ (НА ПРИМЕРЕ БЛВЗ)……...683
Величкина О. Ю. ВЫСТАВОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ЧАСТНЫХ МУЗЕЕВ Г. БАРНАУЛА……..685
Володина Т. С. ПОГРЕБАЛЬНЫЙ ОБРЯД АНДРОНОВСКОЙ КУЛЬТУРЫ СТЕПНОГО И ЛЕСОСТЕПНОГО АЛТАЯ……..688
Доронина А. А. КОЛЛЕКЦИЯ КУКОЛ В ФОНДАХ ГОСУДАРСТВЕННОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……690
Зайцева Е. В. СУДЬБА БАРНАУЛЬСКОГО СЕРЕБРОПЛАВИЛЬНОГО ЗАВОДА……692
Куликова Т. А. ОПЫТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИТЕРАТУРНО-КРАЕВЕДЧЕСКИХ МУЗЕЕВ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ Г. БАРНАУЛА……...694
Леонов А. С. ТЮРКСКИЕ КАМЕННЫЕ ИЗВАЯНИЯ АЛТАЯ ИЗ МУЗЕЕВ Г. БАРНАУЛА……697
Моисеева Е. А. ИСТОРИЯ ФОРМИРОВАНИЯ И СОВРЕМЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МУЗЕЯ КУЛЬТУРНОГО ЦЕНТРА ГЛАВНОГО УПРАВЛЕНИЯ МИНИСТЕРСТВА ВНУТРЕННИХ ДЕЛ РОССИИ ПО АЛТАЙСКОМУ КРАЮ……..700
Пьянзина Е. О. ФОРМИРОВАНИЕ АРХЕОЛОГИЧЕСКОЙ КОЛЛЕКЦИИ ЭРМИТАЖА В XIX в. ….702
Радишевич А. А. РАБОТА С ЛЮДЬМИ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ В АЛТАЙСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ КРАЕВЕДЧЕСКОМ МУЗЕЕ……..704
Радовский С. С. КОЛЛЕКЦИИ БЫСТРЯНСКОЙ КУЛЬТУРЫ В СОБРАНИИ ИСТОРИКО-КРАЕВЕДЧЕСКОГО МУЗЕЯ АЛТАЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА……..706
Рейм С. В. СОЗДАНИЕ ВРЕМЕННОЙ ВЫСТАВКИ ПРАВОСЛАВНОГО ИСКУССТВА В РАМКАХ ПРАЗДНИКА ПАСХИ……..708

Савко И. А. АРХЕОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В.А. МОГИЛЬНИКОВА В ЗОНЕ СТРОИТЕЛЬСТВА ГИЛЕВСКОГО ГИДРОУЗЛА……..711
Скоробогатова А. А. КОЛЛЕКЦИЯ ФОТОАППАРАТОВ В «МУЗЕЕ «ГОРОД»: НАУЧНОЕ ОПИСАНИЕ, ЭКСПОНИРОВАНИЕ, ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В КУЛЬТУРНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ……713
Теряева А. В. ОПЫТ РЕСТАВРАЦИИ АРХЕОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕДМЕТОВ В МУЗЕЯХ Г. БАРНАУЛА……715

ПРАВОСЛАВИЕ И ДУХОВНАЯ КУЛЬТУРА РОССИИ……719

Донская К. М. МЕТРИЧЕСКИЕ КНИГИ КАК ИСТОЧНИК ПО ИЗУЧЕНИЮ ТЕРРИТОРИИ ПРИХОДОВ ЦЕРКВЕЙ АЛТАЙСКОГО ГОРНОГО ОКРУГА ВТОРОЙ ПОЛОВИВЫ XVIII в. ……...719
Ефимец И. А. НРАВСТВЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ЛЮДЕЙ ДОРЕВОЛЮЦИОННОГО ПЕРИОДА ПО ПРОИЗВЕДЕНИЮ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «СЕЛО СТЕПАНЧИКОВО И ЕГО ОБИТАТЕЛИ»……720
Классен А. А. ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ ЦЕРКВИ ПАГУБНОМУ ВЛИЯНИЮ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ НА ОБЩЕСТВО……722
Рупасов Д. П. ЦЕННОСТИ СОВЕТСКОЙ ЭПОХИ В ПОВЕСТИ ЛЕВИ АГЕЕВА «ПАРШИВЫЙ НАРОД»……..723
Сухоруков А. А. ОТРАЖЕНИЕ НРАВСТВЕННЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННОСТИ НА ПРИМЕРЕ ПОВЕСТИ ВИКТОРА БЕЛЯЕВА «ЗАТВОРНИК И ШЕСТИПАЛЫЙ»……724

ВИЗУАЛЬНАЯ КУЛЬТУРА ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА……...726

Алексеева Е. Ф. УЕДИНИТЬСЯ В СТЕКЛЯННОЙ КОМНАТЕ: НЕТИПИЧНЫЙ ВЗГЛЯД НА ПРИВАТНОСТЬ……726
Бабкина А. Е. МОДЕРНИЗАЦИЯ ЖИЛЫХ ЗДАНИЙ ПАНЕЛЬНОГО ТИПА В Г. БАРНАУЛЕ НА УЛИЦЕ МОЛОДЁЖНАЯ……...728
Березкина Е. А. ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ ЧАСТНОГО ЖИЛОГО ДОМА «ВОДОПАД»……730
Буйских В И. ПРОБЛЕМА ВИЗУАЛЬНОГО ВОСПРИЯТИЯ РЕКЛАМЫ СПОРТИВНЫХ КЛУБОВ БАРНАУЛА……732
Глушкова Н. С. ПРИМЕНЕНИЕ ПАЗЫРЫКСКОГО СТИЛЯ В ИНТЕРЬЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ….735
Гусева М. С. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ В МУЗЕЯХ ГОРОДА БАРНАУЛА……737
Жерко А. Е. МЕДИТАЦИЯ В 21 ВЕКЕ. КОНЦЕПЦИЯ ПРОСТРАНСТВА ДЛЯ МЕДИТАЦИИ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ……..739
Журавлева Т. Н. ПРОБЛЕМА КОМФОРТНОГО ПРЕБЫВАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ В СРЕДНЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ШКОЛАХ……..742
Кравцова Н. С. ПРИМЕНЕНИЕ СУПЕРГРАФИКИ ВО ВНЕШНЕМ ОФОРМЛЕНИИ ОБЩЕЖИТИЯ № 2 АЛТАЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ИНСТИТУТА КУЛЬТУРЫ……...745
Морозова О. Р. ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ ПЛАНЕТАРИЯ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ……...745
Овчаренко А. О. ВАЖНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИРМЕННОГО СТИЛЯ ДЛЯ ПРОДУКЦИИ «ТУРИНОЙ ГОРЫ»……...747
Самарина Н. Г. ОТСУТСТВИЕ ФИРМЕННЫХ СТИЛЕЙ КОННЫХ КЛУБОВ ГОРОДА БАРНАУЛА……750
Шапорева О. Д. ДИЗАЙН-КОНЦЕПЦИЯ ДОМА-ОРАНЖЕРЕИ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ……..751
Шулер Л. Я. ПРОБЛЕМА ОРГАНИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА КАФЕДРЫ ДИЗАЙНА И АРХИТЕКТУРЫ АГИК……..754

МЕДИЦИНА, ЗДРАВООХРАНЕНИЕ И ВЕТЕРИНАРИЯ……..757

ВЕТЕРИНАРИЯ……..757

Аксёнова А. М. МИКРОБИОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МОЛОЧНЫХ ПРОДУКТОВ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ МАГАЗИНОВ Г. БАРНАУЛА……...757
Бахарева М. Е. ГЕЛЬМИНТОЗЫ ПЛОТОЯДНЫХ И КОПЫТНЫХ ЖИВОТНЫХ БАРНАУЛЬСКОГО ЗООПАРКА……759
Бондаренко А. Н. САМОРЕГУЛЯЦИЯ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЕТЕРИНАРНОГО ВРАЧА……...761
Гришатова Е. О. ПРОФИЛАКТИКА ПИРОПЛАЗМОЗА У МЕЛКИХ НЕПРОДУКТИВНЫХ ЖИВОТНЫХ……763
Жигальцова Д. А. ГЕЛЬМИНТОЗЫ БАРСУКА……...765
Лунёва А. А. МИКРОЦИРКУЛЯТОРНОЕ РУСЛО ЛЁГКИХ МАРАЛОВ……767
Лущай Ю. С. ДИНАМИКА РОСТА НОСОВЫХ РАКОВИН У НЕПОЛОВОЗРЕЛЫХ МАРАЛОВ…..769
Мальгина Т. А. ТРЕБОВАНИЯ К ЖИВОТНЫМ ДОНОРАМ И РЕЦИПИЕНТАМ ПРИ БИОТЕХНОЛОГИЧЕСКОМ МЕТОДЕ ТРАНСПЛАНТАЦИИ ЭМБРИОНОВ У КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА……...771
Петренко В. А. ОПРЕДЕЛЕНИЕ СКОРОСТИ РЕПАРАТИВНОЙ РЕГЕНЕРАЦИИ КОЖНЫХ РАН У ОВЕЦ ПОСЛЕ ПРИМЕНЕНИЯ ГИДРОФИЛЬНОЙ ТЕРМИРОВАННОЙ МАЗИ……...774
Попова О. А. ПРИМЕНЕНИЕ ГОРМОН-ПРОГРАММЫ ПРИ ИСКУССТВЕННОМ ОСЕМЕНЕНИИ КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА……...776
Радюк И. Е. ЭТИОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ КАРДИОПАТОЛОГИЙ У ТЕЛЯТ В АО «УЧХОЗ «ПРИГОРОДНОЕ»……777
Ревякин И. В. БАКТЕРИОЛОГИЧЕСКИЙ КОНТРОЛЬ ЗА СОСТОЯНИЕМ РАНЕВОЙ МИКРОФЛОРЫ ПРИ ЛЕЧЕНИИ КОЖНЫХ РАН У ОВЕЦ РАЗЛИЧНЫМИ СПОСОБАМИ……...780
Терёхина Т. В. ВЛИЯНИЕ АНТИГЕЛЬМИНТНЫХ ПРЕПАРАТОВ НА НЕМАТОДОЗЫ МЕЛКОГО РОГАТОГО СКОТА НА ТЕРРИТОРИИ ПРЕДГОРНОЙ ЗОНЫ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……...783
Утц С. А. ДИАГНОСТИКА И ЛЕЧЕНИЕ ХРОНИЧЕСКОГО НЕФРИТА У КОЗЫ……784
Фролова Ю. А. ИЗМЕНЕНИЯ БИОХИМИИ КРОВИ У СОБАК ПРИ ПИРОПЛАЗМОЗЕ……...787

КЛИНИЧЕСКАЯ МЕДИЦИНА……790

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ИНФЕКЦИОННЫХ БОЛЕЗНЕЙ, ФТИЗИАТРИИ И ДЕРМАТОВЕНЕРОЛОГИИ……790

Ведлер А. А. ПРИВЕРЖЕННОСТЬ ПАЦИЕНТОВ С ПСОРИАЗОМ И СОПУТСТВУЮЩИМИ ЗАБОЛЕВАНИЯМИ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТОЙ СИСТЕМЫ К ФАРМАКОТЕРАПИИ И ЗДОРОВОМУ ОБРАЗУ ЖИЗНИ……...790
Кожевникова П. Е. ВЛИЯНИЕ КРИОТЕРАПИИ НА ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КОЖИ ЛИЦА……792
Колыхалова Н. С. ОСОБЕННОСТИ ДИАГНОСТИКИ И ПОДТВЕРЖДЕНИЯ ДИАГНОЗА ТУБЕРКУЛЕЗА В МНОГОПРОФИЛЬНОМ СТАЦИОНАРЕ……793
Ленкина Д. А. ОСОБЕННОСТИ ТЕЧЕНИЯ ИНФЕКЦИОННОГО МОНОНУКЛЕОЗА У ДЕТЕЙ…795
Михайлова О. В. ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ВИЧ-ИНФЕКЦИИ В БАРНАУЛЬСКОЙ МГЗ……797
Якименко Е. А., Никонорова М. А., Прокопьев В. В., Винникова Ю. В. СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ В ДИАГНОСТИКЕ ОСТРЫХ КИШЕЧНЫХ ИНФЕКЦИЙ……799

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ АКУШЕРСТВА И ГИНЕКОЛОГИИ**.....802**

Белинина А. А. КЛИНИКО-АНАМНЕСТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ РИСКА РАЗВИТИЯ ТЯЖЕЛОЙ ПРЕЭКЛАМПСИИ.....802

Буркова Т. В. ЛАКТАТ КАК МАРКЕР ИНТРАНАТАЛЬНОГО ДИСТРЕССА ПЛОДА С ИСХОДОМ В ГИПОКСИЧЕСКОЕ ПОРАЖЕНИЕ ЦЕНТРАЛЬНОЙ НЕРВНОЙ СИСТЕМЫ НОВОРОЖДЕННОГО.....804

Семенова Е. Ю. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ БЕСПЛОДИЯ У ПАЦИЕНТОК С ЭНДОМЕТРИОЗОМ (АНАЛИЗ КЛИНИЧЕСКИХ ДАННЫХ).....806

Сычева М. А. ДОБРОКАЧЕСТВЕННЫЕ ЗАБОЛЕВАНИЯ МОЛОЧНЫХ ЖЕЛЕЗ. ВОЗМОЖНОСТИ ФИТОТЕРАПИИ.....808

Шевченко П. И. ПЕРВИЧНАЯ ДИСМЕНОРЕЯ: ВОЗМОЖНОСТИ ТЕРАПИИ.....810

Ясафова Н. Н., Момот К. А. ВТЭО У ЖЕНЩИН РЕПРОДУКТИВНОГО ВОЗРАСТА. РОЛЬ МУТАЦИИ ФАКТОР V ЛЕЙДЕН, АПС-РЕЗИСТЕНТНОСТИ И КОМОРБИДНОСТИ.....812

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СТОМАТОЛОГИИ**.....815**

Айрапетян А. А. ОЦЕНКА РАСПРОСТРАНЕННОСТИ И ИНТЕНСИВНОСТИ КАРИЕСА И НЕКАРИОЗНЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ ТВЕРДЫХ ТКАНЕЙ ЗУБОВ У ВЗРОСЛОГО И ПОЖИЛОГО НАСЕЛЕНИЯ ГОРОДА БАРНАУЛА И АЛТАЙСКОГО КРАЯ.....815

Бучнева В. О. СТОМАТОЛОГИЧЕСКИЙ СТАТУС МОЛОДЫХ ЛЮДЕЙ, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ СИЛОВЫЕ ВИДЫ НАГРУЗКИ В ТРЕНАЖЁРНОМ ЗАЛЕ.....817

Жарков М. Д. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДОВ МОРФОМЕТРИИ ТВЕРДЫХ ТКАНЕЙ ЗУБОВ.....820

Линк А. В., Сковородникова А. А. АНАЛИЗ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКИХ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ДАННЫХ, КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММ ПРОФИЛАКТИКИ СТОМАТОЛОГИЧЕСКИХ ЗАБОЛЕВАНИЙ.....821

Липа В. В. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ПРОЕКТА «БЕРЕЖЛИВАЯ ПОЛИКЛИНИКА» В КРАЕВОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ БЮДЖЕТНОМ УЧРЕЖДЕНИИ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ «СТОМАТОЛОГИЧЕСКАЯ ПОЛИКЛИНИКА №3», ГОРОДА БАРНАУЛА.....823

Убраев Р. Е. ОПТИМИЗАЦИЯ КЛИНИЧЕСКОГО ЭТАПА ПРИМЕРКИ ЦЕЛЬНОКЕРАМИЧЕСКИХ РЕСТАВРАЦИЙ.....824

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПЕДИАТРИИ**.....825**

Будина А. Ю. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОТРОМБОТИЧЕСКИХ ПОЛИМОРФНЫХ ВАРИАНТОВ ГЕНОВ У ДЕТЕЙ С ГЕМАТУРИЕЙ.....825

Вараксина А. Л., Фуголь Д. С., Широкова А. Д. ОЦЕНКА ЭЭФЕКТИВНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ДЛЯ ВРАЧЕЙ ПЕДИАТРОВ ПО ВЫБОРУ ПРОДУКТОВ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО ЛЕЧЕБНОГО ПИТАНИЯ ДЛЯ ДИЕТОТЕРАПИИ И ЖИЕТОПРОФИЛАКТИКИ АЛЛЕРГИИ К БКМ.....828

Лебедева Э ., Гуревич Н. Л., Мороз А. О., Шубная А. А. АНАЛИЗ АНОМАЛИЙ РАЗВИТИЯ У ДЕТЕЙ ГОРОДА БАРНАУЛА.....830

Карькова Т. А. ПОКАЗАТЕЛИ УГЛЕВОДНОГО ОБМЕНА У ПОДРОСТКОВ С ОЖИРЕНИЕМ.....832

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ХИРУРГИИ ПО УРОЛОГИИ И ТРАВМАТОЛОГИИ**.....835**

Архипов Д. О., Макарова А. А., Оберемок П. А. ВЛИЯНИЕ ВАРИКОЦЕЛЕ НА УРОВЕНЬ ФРАГМЕНТАЦИИ ДНК.....835

Журавлёв Ю. А., Кудинов С. В., Сидоровъ Н. С. СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ ТРИБОЛОГИИ СУСТАВА И СПОСОБЫ ЕЁ ОПИСАНИЯ И ИЗМЕРЕНИЯ……..837
Завсеголов Н. И., Колесников А. В. СРАВНЕНИЕ БИОДЕГРАДИРУЕМЫХ ВИНТОВ И ШОВНЫХ ПУГОВИЦ КАК МЕТОДОВ ФИКСАЦИИ АУТОТРАНСПЛАНТАТА ПЕРЕДНЕЙ КРЕСТООБРАЗНОЙ СВЯЗКИ……838
Макарова А. А., Оберемок П. А., Архипов Д. О. ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕПАРАТА «АФАЛАЗА» В ЛЕЧЕНИИ БОЛЬНЫХ С СИНДРОМОМ ХРОНИЧЕСКОЙ ТАЗОВОЙ БОЛИ……..840
Оберемок П. А., Архипов Д. О., Макарова А. А. «ЛОНГИДАЗА» КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД К ТЕРАПИИ ИДИОПАТИЧЕСКОЙ ВИСКОЗИПАТИИ……...843
Овсепян М. А. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПОЛНОЙ ВИДЕОЛАПАРОСКОПИЧЕСКОЙ ЭЗОФАГОФУНДОПЛИКАЦИИ ПО ПОВОДУ ГАСТРОЭЗОФАГЕАЛЬНОЙ РЕФЛЮКСНОЙ БОЛЕЗНИ У БОЛЬНЫХ ГРЫЖЕЙ ПИЩЕВОДНОГО ОТВЕРСТИЯ ДИАФРАГМЫ ПО ДАННЫМ СПЕЦИАЛЬНЫХ МЕТОДОВ ИССЛЕДОВАНИЯ……..844
Ручейкин Н. Ю. ДИАГНОСТИКА И ХИРУРГИЧЕСКАЯ ТАКТИКА ПРИ ПРОНИКАЮЩЕЙ ТРАВМЕ СЕРДЦА……...846

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДЕТСКОЙ ХИРУРГИИ, АНЕСТЕЗИОЛОГИИ, РЕАНИМАЦИИ И ИНТЕНСИВНОЙ ТЕРАПИИ…..**……851**

Гамзалиева З. Х., Полянская М. О. ЭНДОСКОПИЧЕСКАЯ ЭНДОВЕЗИКАЛЬНАЯ УРЕТЕРОЦИСТОНЕОИМПЛАНТАЦИЯ С АНТИРЕФЛЮКСНОЙ ЗАЩИТОЙ МОЧЕТОЧНИКА ПО КОЭНУ….851
Гибазова О. Р., Козлов А. А. ОСОБЕННОСТИ РЕСПИРАТОРНОЙ ПОДДЕРЖКИ У НЕДОНОШЕННЫХ НОВОРОЖДЕННЫХ С ВРОЖДЕННЫМИ ПОРОКАМИ РАЗВИТИЯ В ПОСЛЕОПЕРАЦИОННОМ ПЕРИОДЕ……852
Насирова В. А. МЕТОД СТЕНТИНГА В ЛЕЧЕНИИ РУБЦОВЫХ СТЕНОЗОВ ПИЩЕВОДА У ДЕТЕЙ……853

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ТЕРАПИИ

Голопапа Т. Ю. АКТУАЛЬНОСТЬ ЙОД-ДЕФИЦИТА У МОЛОДОГО НАСЕЛЕНИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ, ВЛИЯНИЕ НА ИНТЕЛЛЕКТ НАЦИИ……...855
Казанцева Е. В. ВТОРИЧНАЯ ПРОФИЛАКТИКА АРТЕРИАЛЬНОЙ ГИПЕРТЕНЗИИ I СТЕПЕНИ СОЧЕТАННЫМ ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДЭНАС-КАРДИО-ЛЕЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ……856

НАУКИ О ЗДОРОВЬЕ……...859

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ……..**859**

Крыловский А. Ю. ВАЖНОСТЬ ПИТАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ……859
Недорезков К. В., Попова Н. С. ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ АНАЭРОБНОЙ ВЫНОСЛИВОСТИ У СТУДЕНТОВ ПЕРВОГО КУРСА АГМУ ПРИ ЗАНЯТИИ БЕГОМ……860
Пичугин Е. В. ВОЛЕЙБОЛ КАК ВИД СПОРТА И ФИЗИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ СТУДЕНТА…..861
Тиканов А. О. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ЗДОРОВЬЯ СТУДЕНТОВ АЛТАЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО МЕДИЦИНСКОГО УНИВЕРСИТЕТА……862

МЕДИКО-БИОЛОГИЧЕСКИЕ И МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЖИЗНЕОБЕСПЕЧЕНИЯ……**864**

Алымова Е. Е. КОЛИЧЕСТВЕННАЯ И МОРФОМЕТРИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ГЕПАТОЦИТОВ ПРИ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ГЛУБОКОЙ ГИПОТЕРМИИ……864

Добровольская В. В. МОРФОФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КЛЕТОК ВОСПАЛИТЕЛЬНОГО ИНФИЛЬТРАТА В ТКАНИ ПЕЧЕНИ ПРИ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ГЛУБОКОЙ ГИПОТЕРМИИ……...866
Назарова Ю. А. ХАРАКТЕРИСТИКА МИКРОЦИРКУЛЯТОРНОГО РУСЛА ТКАНИ ПЕЧЕНИ ПРИ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ГЛУБОКОЙ ГИПОТЕРМИИ……..869
Тырышкина К. А. МОРФОФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЯДРЫШКОВЫХ ОРГАНИЗАВТОРОВ (AGNOR) ЯДЕР КЛЕТОК ПЕЧЕНИ ПРИ ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЙ ГЛУБОКОЙ ГИПОТЕРМИИ……871

***АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ГИГИЕНЫ И МЕДИЦИНСКОЙ ЭКОЛОГИИ*……874**

Барабанов А. А. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА УРОВНЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ РАБОТНИКОВ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ И ОБРАЗОВАНИЯ Г. БАРНАУЛА……874
Дук Н. А. ОЦЕНКА РАДИОТРЕВОЖНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НАГОРНЫХ ТЕРРИТОРИЙ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……876
Козянова Ю. А. ОЦЕНКА ЗАБОЛЕВАЕМОСТИ ИНФЕКЦИЯМИ ДЫХАТЕЛЬНЫХ ПУТЕЙ И ОТИТАМИ У ДЕТЕЙ ДО 5 ЛЕТ НА ФОНЕ ПРОВОДИМОЙ ИММУНОПРОФИЛАКТИКИ ПРОТИВ ПНЕВМОКОККОВОЙ ИНФЕКЦИИ……877
Нагорняк А. С. КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА РИСКА ВЛИЯНИЯ ВРЕДНЫХ ФАКТОРОВ РАБОЧЕЙ СРЕДЫ НА ЗДОРОВЬЕ РАБОТНИКОВ ФИЗИОТЕРАПЕВТИЧЕСКИХ ОТДЕЛЕНИЙ……...879
Пасеченко А. О. ОЦЕНКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ СОТРУДНИКОВ РУБЦОВСКОГО ФИЛИАЛА АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «НПК УРАЛВАГОНЗАВОД»……881
Поцелуев Н. Ю. О РЕЗУЛЬТАТАХ МАТЕМАТИЧЕСКОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ НЕГАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ГЕЛИОФИЗИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ НА ЗДОРОВЬЕ……883
Сурсякова К. И. НЕКОТОРЫЕ ЭПИДЕМИОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИНФЕКЦИЙ МОЧЕВЫВОДЯЩИХ ПУТЕЙ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ С 2007–2016 ГОД……...885
Швед О. И., Шульц К. В. ГИГИЕНИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА СОДЕРЖАНИЯ НИТРАТОВ В ПРОДУКТАХ ПИТАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)……887

ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ МЕДИЦИНА……890

***АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФАРМАЦИИ*……890**
Аникина М. Д. ИЗУЧЕНИЕ ВОДОРАСТВОРИМЫХ ВИТАМИНОВ В БАД К ПИЩЕ «ПАНТЫ — MOTIVE POWER» ИЗ ПАНТОВ МАРАЛА……...890
Коробейникова В. Г., Сушкова М. С. ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТЕПЕНИ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛИСТОВ……892
Кутателадзе Г. Р., Федосеева Л. М. ИДЕНТИФИКАЦИЯ И КОЛИЧЕСТВЕННОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОРГАНИЧЕСКИХ КИСЛОТ В ЩАВЕЛЯ КИСЛОГО ТРАВЕ, ПРОИЗРАСТАЮЩЕГО НА ТЕРРИТОРИИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……..894
Мызникова О. А. КОЛИЧЕСТВЕННОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФЛАВОНОИДОВ В РАЗЛИЧНЫХ ОРГАНАХ ХАТЬМЫ ТЮРИНГЕНСКОЙ, ПРОИЗРАСТАЮЩЕЙ НА ТЕРРИТОРИИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……896
Ускова К. С., Сушкова М. С. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МОТИВАЦИОННЫХ ПРОФИЛЕЙ СТУДЕНТОВ 1 И 3 КУРСОВ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА……898
Чистова Ю. И. КАЧЕСТВЕННЫЙ АНАЛИЗ ЭКСТРАКТА СБОРА ОДУВАНЧИКА ЛЕКАРСТВЕННОГО ТРАВЫ И ЛОПУХА БОЛЬШОГО ЛИСТА СУХОГО……...899
Юдакова Т. В. АДАПТАЦИЯ АПТЕЧНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ К ТРЕБОВАНИЯМ ПРИКАЗА № 647Н ОТ 31 АВГУСТА 2016 Г. «ОБ УТВЕРЖДЕНИИ ПРАВИЛ НАДЛЕЖАЩЕЙ АПТЕЧНОЙ ПРАКТИКИ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ПРЕПАРАТОВ ДЛЯ МЕДИЦИНСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ»……...901

ПАТОЛОГИЯ ГЕМОСТАЗА И МИКРОЦИРКУЛЯТОРНОГО РУСЛА**.....904**

Блажко А. А. СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ ГЕМОСТАЗА И МИКРОЦИРКУЛЯТОРНОГО РУСЛА КРЫС ПРИ ОДНОКРАТНОЙ СВЕРХПОРОГОВОЙ ФИЗИЧЕСКОЙ НАГРУЗКЕ РАЗНОЙ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТИ.....904
Гасымов А. Н. СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ ГЕМОСТАЗА В РАЗЛИЧНЫЕ ПЕРИОДЫ ПОСТГИПОТЕРМИИ У КРЫС ПРИ ОХЛАЖДЕНИИ НА ВОЗДУХЕ.....907
Макушкина Д. А. СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ МИКРОЦИРКУЛЯТОРНОГО РУСЛА В РАЗЛИЧНЫЕ ПЕРИОДЫ ПОСТГИПОТЕРМИИ У КРЫС НА ФОНЕ СВЕРХГЛУБОКОГО ОХЛАЖДЕНИЯ.....908
Москаленко С. В. ГЕМОСТАЗИОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОФИЛЬ У КРЫС ПРИ ИЗОЛИРОВАННОМ И СОЧЕТАННОМ ВОЗДЕЙСТВИИ МЕКСИДОЛА И ГИПОКСИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕТОДА ТРОМБОЭЛАСТОГРАФИИ.....910
Седов А. В. МОДУЛИРУЮЩИЕ ЭФФЕКТЫ УМЕРЕННОЙ ГИПОТЕРМИИ НА СОСТОЯНИЕ СИСТЕМЫ МИКРОЦИРКУЛЯТОРНОГО РУСЛА В РАЗЛИЧНЫЕ ПЕРИОДЫ ПОСТГИПОТЕРМИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ У КРЫС.....913

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ.....916

Жидков В. С. НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПЕРСОНАЛЬНОГО ТРЕНЕРА ПО ЖИРОСЖИГАНИЮ.....916
Зимин Я. М. КРУГОВАЯ ТРЕНИРОВКА КАК СОВРЕМЕННЫЙ МЕТОД РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ.....918
Клименко М. А. ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА — ОСНОВА ЛЮБОГО ВИДА СПОРТА (НА ПРИМЕРЕ ХОККЕЙНОЙ КОМАНДЫ ВХЛ «АЛТАЙ»).....920
Ковтун А. Г. ИЗ ОПЫТА СОЗДАНИЯ СЕКЦИИ РУКОПАШНОГО БОЯ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ.....922
Ларин В. Ю. РОЛЬ СПОРТИВНОГО ОРИЕНТИРОВАНИЯ В ФОРМИРОВАНИИ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ.....924
Мелякина А. М. ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ.....926
Миновский М. Е. К ВОПРОСУ О ВЫЯВЛЕНИИ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ ТАКТИКО-ТЕХНИЧЕСКИХ ДЕЙСТВИЙ И КАЧЕСТВ У СПОРТСМЕНОВ, ЗАНИМАЮЩИХСЯ РУКОПАШНЫМ БОЕМ, НА ОСНОВЕ ВИДЕОАНАЛИЗА ЧЕМПИОНАТОВ МИРА ПО РУКОПАШНОМУ БОЮ 2016-2017 г. 928
Наумов Г. В., Ломоносов М. Ю. ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ЛЕГКОЙ АТЛЕТИКИ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ.....929
Новиков А. А. МЕТОДИКА РАЗВИТИЯ СИЛЫ ЮНОШЕЙ СТАРШЕГО ШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА.....932
Пятач А. Н. ПОСТРОЕНИЕ ЦЕЛОСТНОЙ СИСТЕМЫ ПОДГОТОВКИ СПОРТСМЕНОВ ПО ЛЕГКОЙ АТЛЕТИКЕ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ.....934
Рахимова Л. А. ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СПОРТИВНО-МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ Г. БАРНАУЛА НА ВОЗМЕЗДНОЙ ОСНОВЕ.....936
Рощина К. И. ПОВЫШЕНИЕ КУЛЬТУРЫ ОБРАЩЕНИЯ С ОРУЖИЕМ СРЕДИ ЖИТЕЛЕЙ ГОРОДА БАРНАУЛА НА ПРИМЕРЕ РАЗВИТИЯ СТРЕЛКОВЫХ ВИДОВ СПОРТА.....938
Середа Д. М. ПРОГРАММА ВОЕННО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ В РАБОТЕ С ЮНОШАМИ СТАРШИХ КЛАССОВ ГОРОДА БАРНАУЛА.....940
Таранова В. С. УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЛЫЖНО-БИАТЛОННОГО КОМПЛЕКСА АЛТАЙСКОГО УЧИЛИЩА ОЛИМПИЙСКОГО РЕЗЕРВА.....942

ГУМАНИТАРНОЕ ЗНАНИЕ И ОБРАЗОВАНИЕ……944

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ КАК СРЕДСТВО НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ (АНГЛИЙСКИЙ И НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫКИ)……...944

Борсукова А. И. PARTICIPATION OF BARNAUL`S YOUTH IN THE RUSSIAN YEAR OF ECOLOGY……...944
Кондратьева М. В. YOUTH DONORSHIP IN BARNAUL……....945
Лут Т. Н. POISONOUS PLANTS OF BARNAUL AND THE ALTAI TERRITORY……946
Родионова А. В. THE ROLE OF THE SOUTH-SIBERIAN BOTANICAL GARDEN IN THE DEVELOPMENT OF SCIENCE IN BARNAUL……..947
Ладыгин П. С. THE APPROACH TO THE CALCULATION OF A FEATURE VECTOR IN AUDIO FINGERPRINTING TECHNIQUES OBTAINING ALTERNATIVE RENEWABLE RAW MATERIAL OF SILVERWEED WHITE (POTENTILLA ALBA L.)……948
Сысоева А. В., Базарнова Н. Г., Тихомирова Л. И. USING THE METHOD OF BIOTECHNOLOGY UNDER CONTROLLED CONDITIONS……...951
Мартынова Я. В. OBJEKTE DES CLUSTERS «BARNAUL ALS BERGBEZIRKSSTADT» (ENDE DES XVIII JAHRHUNDERTS — DIE ZWEITE HÄLFTE DES XIX JAHRHUNDERTS)……953
Локтионова Д. А. PRESERVATION OF TRADITIONS AS OF THE COMPONENT OF BARNAUL SIGHTSEEING TOUR……955
Малюкова Т. С. A STIMULATOR OF PLANT GROWTH IN THE ALTAI TERRITORY……...956
Шабалин М. Е. THE ANALYSIS OF ATMOSPHERIC POLLUTION IN BARNAUL……..958
Пчельников М. Ю., Мальчугова К. К. TOURISM & RECREATION POTENTIAL OF ALTAYSKY DISTRICT……...960
Д. А. Новоселов, Шулятьева Р. С. ECOLOGICAL AND GEOGRAPHICAL ANALYSIS OF THE ATMOSPHERIC AIR'S STATE IN ALTAI KRAI……...961
Рошколаева А. Б. WATER HARDNESS……..963
Пуричи А. В. VIOLENCE AGAINST CHILDREN: SIGNIFICANT ISSUES IN ABUSIVE ENVIRONMENT……..964
Веснина А. А. ENVIRONMENTAL PROBLEMS IN ALTAI KRAI AND BARNAUL FROM THE SOVIET TIMES TO OUR DAYS……...965
Волкова А. К. PROBLEMS OF CONSERVATION IN THE UNITY OF THE BARNAUL CITY'S HISTORICAL LANDSCAPE……..967

ЛИНГВИСТИКА……...970
Гранкина Н. К. ИЗУЧЕНИЕ РУССКИХ ГРАФИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ИНОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЕ…...970
Мурса И. Н. РЕЧЕВЫЕ ПОРТРЕТЫ ЖИТЕЛЕЙ СЕЛА КАМЫШЕНКА……..972
Никулина А. В. ПРИЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРФОГРАФИЧЕСКОЙ ГРАМОТНОСТИ ДЕТЕЙ-МИГРАНТОВ (ИЗ ОПЫТА РАБОТЫ)……...974
Каюда Е. Н. ПРИМЕНЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО КОМПОНЕНТА В ОБУЧЕНИИ ЧТЕНИЮ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ КАК ИНОСТРАННОМУ (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ)……....977
Козырева К. Е. СТРАТЕГИИ ВЕЖЛИВОСТИ В РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ……...……...979
Минаева В. Ю. МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ-МЕДИКОВ ЛЕКСИКЕ РУССКОГО ЯЗЫКА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕМЫ: «ТРАНСПОРТ БАРНАУЛА»)……982
Павленко А. Н. НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫЕ ОНЛАЙН-СЛОВАРИ ДИСКУРСА КАК ИСТОЧНИК ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ……985
Смотряева К. С. ФОРМИРОВАНИЕ ВНЕШНЕГО ИМИДЖА ГОРОДА: БАРНАУЛ ГЛАЗАМИ ИНОФОНА……987

ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЕ……990
Айткалиева А. С. МОСТ КАК ПОГРАНИЧНОЕ ПРОСТРАНСТВО В РОМАНЕ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «ПРЕСТУПЛЕНИЕ И НАКАЗАНИЕ»……..990
Володина Н. М. ЖЕНСКИЕ АРХЕТИПИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ В ПЬЕСЕ Е. Л. ШВАРЦА «ТЕНЬ»…….992
Климова Т. А. ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В ЯПОНСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА……...994
Клокова И. М. ЭВОЛЮЦИЯ ТВОРЧЕСКОГО МЕТОДА М. ГАЛИНОЙ НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНОВ «ГИВИ И ШЕНДЕРОВИЧ» И «АВТОХТОНЫ»……997
Краснова О. Н. ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗА ПОВЕСТВОВАТЕЛЯ В ПОВЕСТИ Н. М. КАРАМЗИНА «БЕДНАЯ ЛИЗА»……998
Николаева О. Е. «ВНЕЗЕМНОЙ» ЯЗЫК В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ДЖ. Р. Р. ТОЛКИНА КАК СРЕДСТВО СТИЛИЗАЦИИ……1001
Шадринцева Е. Ф. ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ МОТИВЫ В РАССКАЗАХ А. П. ЧЕХОВА……1003
Юст И. А. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ БИБЛЕИЗМОВ В РЕЧАХ НЕМЕЦКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ……...1004

ПСИХОЛОГИЯ ОБРАЗОВАНИЯ И СОЦИАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ МОЛОДЕЖИ……...1008
Абулова В. А. ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК АСПЕКТ СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ……..1008
Алексеева О. И. РАНЖИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИНТАЦИИЙ У ДЕТЕЙ ПОДРОСТКОВОГО ВОЗРАСТА НА БАЗЕ СРЕДНЕЙ ШКОЛЫ № 4 ГОРОДА АЛЕЙСКА……1009
Василенко А. О. УСЛОВИЯ СОХРАНЕНИЯ ЗДОРОВЬЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ…….1011
Венерцева Т. Р. СОЦИАЛЬНЫЙ ПЕДАГОГ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ДЕТЕЙ……...1013
Грецкая А. Н. АДАПТАЦИЯ СТУДЕНТОВ К ОБУЧЕНИЮ В ВУЗЕ КАК СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА……..1015
Дмитриева Н. С. К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ПАТРИОТИЗМА У СОВРЕМЕННЫХ ШКОЛЬНИКОВ……..1018
Ельникова С. А. ПОЗНАВАТЕЛЬНАЯ ВНЕУРОЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ РЕГУЛЯТИВНЫХ УНИВЕРСАЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ДЕЙСТВИЙ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ……..1020
Заварыкина Д. А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОГРАММЫ «ВРЕМЯ ДЕЙСТВОВАТЬ» В ФОРМИРОВАНИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПОТЕНЦИАЛА И СОЦИАЛЬНОГО ЗДОРОВЬЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ……...1022
Зарипова В. Р. РЕКРЕАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ АЛТГПУ….1024
Калашникова Ю. А. ПРОБЛЕМЫ ГЕНДЕРНОЙ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ В ОБУЧЕНИИ……...1027
Ляшенко Д. Н. О РАЗВИТИИ ПРИКЛАДНОЙ ПСИХОЛОГИИ В БАРНАУЛЕ: ПРОФИЛАКТИКА НАРУШЕНИЙ ПИЩЕВОГО ПОВЕДЕНИЯ УЧАЩИХСЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ……1029
Макеев В. А., Макеева А. С. ИНТЕРНЕТ БЕЗОПАСНОСТЬ. ПРОФИЛАКТИКА РИСКОВАННОГО ПОВЕДЕНИЯ ОНЛАЙН В СРЕДЕ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ — КАК ОСНОВА ЗОЖ…….1032
Мамаева К. А. ОРГАНИЗАЦИЯ ДОСУГА МОЛОДЁЖИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ……..1035
Мердешев Е. Г. ОСОБЕННОСТИ ПРОЯВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ИНФАНТИЛИЗМА СРЕДИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ……..1036
Моисеев И. И. ВОСПИТАНИЕ ДУХОВНОЙ КУЛЬТУРЫ ЛИЧНОСТИ НА ОСНОВЕ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОЙ РОССИЙСКОЙ ИДЕИ……...1039
Нурсагимов А. С. ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ КАК ФОРМА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕФОРМАЦИИ КУРСАНТОВ И СЛУШАТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ МВД РОССИИ……...1041

Сидоровъ Н. С., Сидоровъ С. С. ВКЛАД КАЗАНЦЕВА В. Н. В ПЕДАГОГИКУ ДЕВИАНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ……...1044
Ткаченко М. В. К ПРОБЛЕМЕ РАЗВИТИЯ ЦЕННОСТНО-СМЫСЛОВОЙ СФЕРЫ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ С ОВЗ……...1046
Худеньких Я. Е. ФОРМИРОВАНИЕ СЕМЕЙНО-БРАЧНЫХ ЦЕННОСТЕЙ У СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЁЖИ……1048

СОВРЕМЕННОЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЗНАНИЕ: ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ……1050

Ксенофонтова А. О. ВКЛАД КРАСНОРЯДЦЕВОЙ О.М. В ИЗУЧЕНИЕ ОСНОВ ПРОЦЕССА МЫСЛИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПУТИ ЕГО ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ……...1050
Кусаимова Ж. Б., Сидоровъ Н. С. ТЕОРИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ КЛОЧКО В.Е. КАК БАЗИС НЕКЛАССИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ……..1051

СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ……..1053

Баженов Е. А. ПРОГРАММА КОРРЕКЦИИИ РАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ВОЛЕВОЙ СФЕРЫ ДЕТЕЙ С ЗАДЕРЖКОЙ ПСИХИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ 8–9 ЛЕТ……..1053
Ерохин В. В. ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТНОГО ОТНОШЕНИЯ КАК УСЛОВИЕ УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БУДУЩЕГО ПЕДАГОГА В ИНКЛЮЗИВНОЙ ПРАКТИКЕ……1055
Иващенко А. С. ДОСТОИНСТВА И НЕДОСТАТКИ ЕГЭ В КОНТЕКСТЕ ИДЕЙ Л. С. ВЫГОТСКОГО……...1058
Карпенко Е. Е. СИСТЕМА ПОДГОТОВКИ ВОДИТЕЛЕЙ В СТРАНАХ ЕВРОПЫ……..1060
Лебедева Е. В. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОТЕНЦИАЛА РЕСУРСОВ ИНТЕРНЕТА НА НАЧАЛЬНОМ ЭТАПЕ ОБУЧЕНИЯ ФРАНЦУЗСКОМУ ЯЗЫКУ……..1062
Майер Е. И. ПРИМЕНЕНИЕ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБРАЗОВАНИИ……..1063
Микова М. В. РАЗЛИЧИЯ В ГЕНДЕРНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ ЮНОШЕЙ И ДЕВУШЕК АЛТАЙСКОГО КРАЯ……...1065
Нейфельд А. А. ФОРМИРОВАНИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ УЧАЩИХСЯ 7–9 КЛАССОВ ПОСРЕДСТВОМ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ОЛИМПИАДЫ……....1066
Неклесова И. С. РАЗВИТИЕ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА СРЕДСТВАМИ МУЗЫКАЛЬНО-РИТМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ДОШКОЛЬНОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ УЧРЕЖДЕНИИ……...1067
Парамонова А. О. ВЛИЯНИЕ НЕДОРАЗВИТИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНО-ВОЛЕВОЙ СФЕРЫ У ДЕТЕЙ С ЗПР НА УСПЕШНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ, ВОСПИТАНИЯ И СОЦИАЛИЗАЦИЮ РЕБЕНКА……..1070
Прохорова Д. С. ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВОЛОНТЕРА-ПЕДАГОГА, КАК СРЕДСТВО ДУХОВНО-НРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ РЕБЕНКА, НАХОДЯЩЕГОСЯ НА ЛЕЧЕНИИ В СТАЦИОНАРЕ…..1072
Реутова А. А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРИ ОСВОЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАТА «ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ»……...1074
Рязанова Е. Е. ГРАЖДАНСКО-ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ СТУДЕНТОВ ВУЗОВ ВО ВНЕУЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ……1077
Снесарева Е. А. ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ ДЕТЕЙ СТАРШЕГО ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С ЗПР……...1079

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ЧЕЛОВЕКА НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ЖИЗНЕННОГО ПУТИ……..……1081

Деген Т. Л. ОСОБЕННОСТИ ФИЗИЧЕСКОГО «Я» ДЕВУШЕК ЮНОШЕСКОГО ВОЗРАСТА…….1081
Захаркевич В. А. ПСИХОЛОГИЯ БУЛЛИНГА В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ……...1084
Кислых А. А. ВЗАИМОСВЯЗЬ СУБЪЕКТНОСТИ И САМОАКТУАЛИЗАЦИИ СТУДЕНТОВ……1086

Кислых Т. А. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ДЕТЯХ-АУТИСТАХ ЛЮДЕЙ РАЗНЫХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП……...1088
Лысенкова Т. В. ПСИХОЛОГИЯ ХУЛИГАНА, СОВЕРШАЮЩЕГО ПРЕСТУПЛЕНИЕ, ПРЕДУСМОТРЕННОГО СТ. 213 УК РФ……..1090
Пашкова Г. Н. СУБЪЕКТИВНОЕ ПЕРЕЖИВАНИЕ ОДИНОЧЕСТВА ПОДРОСТКАМИ В КОНТЕКСТЕ САМООТНОШЕНИЯ……1092
Подолкина Е. А. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ТРЕВОГИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АППАРАТУРНЫХ МЕТОДОВ (ЭЭГ И ТРЕКИНГ ДВИЖЕНИЯ ГЛАЗ)…….1095
Понкратова Л. Г. ИЗУЧЕНИЕ СТРАТЕГИЙ КОПИНГ-ПОВЕДЕНИЯ БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРОЦЕССЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ……...1097
Самойлова В. В. СОЦИАЛЬНАЯ ТРЕВОГА В КОНТЕКСТЕ ПАТОПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОДХОДА КАК ПРЕДИКТОР НЕСУИЦИДАЛЬНОГО САМОПОВРЕЖДАЮЩЕГО ПОВЕДЕНИЯ.....1099
Стародубцева М. А. РОССИЙСКИЙ НАЦИОНАЛИЗМ: ОТ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДВИЖЕНИЯ ДО РАДИКАЛЬНОЙ СУБКУЛЬТУРЫ……1100
Трегуб Д. Н. ПСИХОЛОГИЯ ДОПРОСА НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ……1103
Трепалов М. Е. КОРРУПЦИЯ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, ВЛИЯНИЕ КОРРУПЦИИ НА ОБЩЕСТВО И ГОСУДАРСТВО……1104
Фефелова Д. Р. СКЛОННОСТЬ К СУИЦИДАЛЬНОМУ ПОВЕДЕНИЮ ПОДРОСТКОВ В КОНТЕКСТЕ САМООТНОШЕНИЯ……1106
Холодков И. С. ОБЪЕКТИВНЫЕ И СУБЪЕКТИВНЫЕ ПРИЗНАКИ ВИЗУАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПРИ ПРОИЗНЕСЕНИИ ЧЕЛОВЕКОМ ЛОЖНОЙ ИНФОРМАЦИИ……1108
Шахматова Н. Ю. ЖИЗНЕННЫЕ ПЕРСПЕКТИВЫ ПОДРОСТКОВ, СКЛОННЫХ К АДДИКТИВНОМУ ПОВЕДЕНИЮ……1109

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ……...1111

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РФ, РЕГИОНА И ГОРОДА БАРНАУЛА……...1111

Батирова А. И. ОСОБЕННОСТИ «ЗАЧИСТКИ» БАНКОВСКОГО СЕКТОРА: ПРОБЛЕМЫ И РЕЗУЛЬТАТЫ……...1111
Воробьева А. В. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭНЕРГЕТИКИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ.....1113
Гаврилова Н. Е. СБЕРЕЖЕНИЯ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……...1116
Доскач О. Е. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НЕРАВЕНСТВО НАСЕЛЕНИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ)……...1119
Дьячук Е. В. РИСК-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ВНУТРЕННИЙ АУДИТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ……...1121
Зуева В. А. СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЗАВЬЯЛОВСКОМ И РОМАНОВСКОМ РАЙОНАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……...1123
Кульпинова А. А. ВЛИЯНИЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ НА ДЕМОГРАФИЧЕСКУЮ СИТУАЦИЮ В СЕМЬЕ……1126
Миляева А. С. РЕАЛИЗАЦИЯ ВЕДОМСТВЕННОЙ ЦЕЛЕВОЙ ПРОГРАММЫ «РАЗВИТИЕ ПЧЕЛОВОДСТВА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ»……..1127
Мойсиевская А. К. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОТКРЫТОСТИ БЮДЖЕТНЫХ ДАННЫХ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И АЛТАЙСКОМ КРАЕ……1130
Мороз А. А. ВЛАДЕНИЕ НЕВЕРБАЛЬНЫМ ЯЗЫКОМ — ПУТЬ К УСПЕХУ В КАРЬЕРЕ……1132
Парфенова П. В. ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ АЛТАЙСКОГО КРАЯ: ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ……...1136

Паршуткина К. А., Степанова А. Е. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОФЕССИИ НАЛОГОВЫЙ КОНСУЛЬТАНТ……..1139
Плетнев С. Ю. РУСОФОБИЯ В ЗАПАДНОЙ КАРИКАТУРЕ……..1140
Попова А. Г. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ……1147
Попова В. И., Моденова А. А. НДФЛ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ……1149
Рогова А. А. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ АЛТАЙСКИХ БРЕНДОВ НА НАЦИОНАЛЬНОМ И ГЛОБАЛЬНОМ РЫНКАХ……..1152
Флягин С. В. СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ АЛТАЙСКОГО КРАЯ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ СЕКТОР ТОРГОВЛИ СО СТРАНАМИ АЗИИ……1154
Фомина Ю. Д. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА ПЕРЕРАБОТКИ МУСОРА В Г. БАРНАУЛЕ……...1156
Фуковская Н. В. ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНЦИИ В РОССИИ……...1158
Халитова В. Р. СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА АЛТАЙСКОГО КРАЯ……1160
Харченко О. О., Желобецкая А. С. НАЛОГООБЛОЖЕНИЕ ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН (НА МАТЕРИАЛАХ ОЭЗ «БИРЮЗОВАЯ КАТУНЬ»)……...1163

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ В ГОРОДСКОЙ ЭКОНОМИКЕ……...1165

Афанасьева А. И. ВЛИЯНИЕ НТП НА ЗАНЯТОСТЬ И РАЗВИТИЕ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ ГОРОДА……1165
Буянова А. Е. СОЦИАЛЬНАЯ РЕАБИЛИТАЦИЯ ЛЮДЕЙ, СТРАДАЮЩИХ АЛКОГОЛЬНОЙ ЗАВИСИМОСТЬЮ, НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЕВОГО НАРКОЛОГИЧЕСКОГО ДИСПАНСЕРА……...1168
Зань В. М. АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТРУДА АЛТАЙСКОГО КРАЯ И ГОРОДА БАРНАУЛА……...1170
Кривошеев А. В. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ФИРМ……...1172
Малачёва И. А. ТЕКУЧЕСТЬ МОЛОДЫХ КАДРОВ НА ГОРОДСКОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ И ПУТИ ЕЕ ПРЕОДОЛЕНИЯ……1174
Матренина А. А. ОПЛАТА ТРУДА В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА 2014–2016……1177
Никоненко Т. С. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ТРУДА И ЗАНЯТОСТИ В ГОРОДСКОЙ ЭКОНОМИКЕ……1180
Соколов И. Д. ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ МОЛОДЁЖИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ…..1183
Хабарова Ю. С. УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ……...1185
Чернакова А. В. УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ РАБОТНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ……1188
Шухова А. Ю. МУНИЦИПАЛЬНАЯ КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА Г. БАРНАУЛА: ЗАДАЧИ И НАПРАВЛЕНИЯ……...1190
Юркова А. С. ОСОБЕННОСТИ ВОВЛЕЧЕНИЯ МОЛОДЕЖИ В ЭКОНОМИКУ ГОРОДА БАРНАУЛА ЧАСТНЫМИ КАДРОВЫМИ АГЕНТСТВАМИ……...1193

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ (ГОРОДСКОМ ОКРУГЕ)……1196

Динер И. А. ТРУДНОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ УСЛУГ……1196

Добрынина И. Ю. ПРЕОБРАЖЕНИЕ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА КАК ФАКТОР УЛУЧШЕНИЯ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ……...1197
Зиброва Д. Е. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА БАЗЕ ТЕХНОЛОГИИ КЛИЕНТ-СЕРВЕР ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ГОРОДА БАРНАУЛА……...1200
Ивахно Е. Ю. НЕВЕРБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНАХ ГОСУДАРСТВЕННОЙ И МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ……..1202
Ивлев Г. С. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СРЕДНЕ-СПЕЦИАЛЬНЫХ БРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ГОРОДА БАРНАУЛА (ИНФОРМАЦИОННЫЙ АСПЕКТ)…...1204
Игошина М. С. ОПТИМИЗАЦИЯ УЧРЕЖДЕНИЙ КУЛЬТУРЫ В Г. БАРНАУЛЕ……..1207
Кисельман В. С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ МОЛОДЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО СООБЩЕСТВА И МЕСТНЫХ ОРГАНОВ ВЛАСТИ……1209
Кузовлев С. А. ВЕРБАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ……1211
Лыкасова Д. А. ПРОБЛЕМЫ ЖИЛИЩНОГО ФОНДА ГОРОДА БАРНАУЛА И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ……....1214
Никитенко В. А. УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ С ПОЗИЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ ПОЛНОМОЧИЙ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ……1216
Никифоров С. В. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КАДРОВЫХ СЛУЖБ ПРЕДПРЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БАРНАУЛА)……....1218
Озюменко Н. А. ПРОБЛЕМЫ И СОСТОЯНИЕ ОСВОЕНИЯ ПРАВОГО БЕРЕГА ОБИ……1220
Погорельский Н. А. ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИЙ В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ……..1222
Сагателян В. Р. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ДОРОЖНО-ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЫ БАРНАУЛА……...1225
Соловьев Д. В. ОБРАЩЕНИЯ ГРАЖДАН КАК ОДНА ИЗ ФОРМ УЧАСТИЯ НАСЕЛЕНИЯ В УПРАВЛЕНИИ МУНИЦИПАЛЬНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ……..1228
Суслова Е. А. ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННО-КОНФЕССИОННАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ПРАВИТЕЛЬСТВА ИМПЕРАТОРА АЛЕКСАНДРА I……...1231
Шабалин А. С. НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПРОТИВОПОЖАРНОЙ СЛУЖБЫ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ ПОЖАРНОЙ ЧАСТИ ПО ТУШЕНИЮ КРУПНЫХ ПОЖАРОВ ФГКУ «1 ОТРЯД ФПС ПО АЛТАЙСКОМУ КРАЮ»……...1233
Якименко Л. А. АНАЛИЗ ЧИСЛЕННОСТИ КОРЕННОГО НАСЕЛЕНИЯ АЛТАЯ СОГЛАСНО ПЕРЕПИСИ 1926 ГОДА……...1235

МОДЕРНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И ИНОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ……..1239

Апрускина М. А. ПРОБЛЕМА ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В РОССИИ……1239
Бухарова Ж. С. РАЗВИТИЕ Г. БАРНАУЛА И АЛТАЙСКОГО КРАЯ НА ОСНОВЕ ТРАНСГРАНИЧНЫХ ПРОЦЕССОВ В ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ АЛТАЙ……...1241
Воротынцева О. А. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ РФ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО ЕЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ……1242
Ермошкина И. Г. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ЗАКУПКИ У ЕДИНСТВЕННОГО ПОСТАВЩИКА……...1245
Кибенко А. В. АНТИДЕМПИНГОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК РФ……1247
Ковнер А. А. АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА СОЛОДА С УЧЁТОМ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ……1249

Ковнер А. А., Панина Д. Е. ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И АЛТАЙСКОМ КРАЕ……1252
Колесова Т. С. ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ……..1254
Матюхин Д. С., Синяя Д. П. ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕХНОПАРКОВ В РОССИИ……1257
Мосиенко А. Н. СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ЧЕРТЫ ВЕДЕНИЯ РЕЕСТРА НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ ПОСТАВЩИКОВ, ПОДРЯДЧИКОВ, ИСПОЛНИТЕЛЕЙ В РФ……1259
Москвина Н. С., Булгакова В. В. ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ……1261
Овчинников Р. Н. НЕОБОСНОВАННАЯ НАЛОГОВАЯ ВЫГОДА……...1264
Овчинникова Т. А. ПРОВЕДЕНИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В ФОРМЕ АУКЦИОНА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ……..1265
Олийнек А. В. ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ……..1268
Панина Д. Е. СИСТЕМА УЧЕТА ЗАТРАТ «ДИРЕКТ-КОСТИНГ»……1270
Панина Д. Е., Олийнек А. В. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ КРИПТОВАЛЮТ И МЕСТО БИТКОИНА НА ФИНАНСОВОМ РЫНКЕ……1273
Плешкова А. А. СТАНОВЛЕНИЕ И ДИНАМИКА РЫНКА КРИПТОВАЛЮТ……1276
Пыхтина А. А. ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДОХОДОВ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ……1278
Сартакова А. В. ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ……..1281
Стрельникова С. С. НЕЗАКОННОЕ ВОЗМЕЩЕНИЕ ИЗ БЮДЖЕТА НАЛОГА НА ДОБАВЛЕННУЮ СТОИМОСТЬ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ФИРМ-ОДНОДНЕВОК……...1283
Харченко Н. В. ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ТОРГОВ В ФОРМЕ КОНКУРСА КАК СПОСОБА ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……1285
Чибитько Е. В. ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……1288

ЮРИСПРУДЕНЦИЯ……1291

АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ……..1291

Бин Э. С. КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ НА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЕ…...1291
Галайда Е. В. ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВИНЫ ЮРИДИЧЕСКОГО ЛИЦА В ИНСТИТУТЕ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ……1292
Глушаков Г. В. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ, МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ И ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА В СФЕРЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТЕРРОРИЗМУ……1295
Гришакова А. А. ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ АДМИНИСТРАТИВНОГО НАКАЗАНИЯ В ВИДЕ ОБЯЗАТЕЛЬНЫХ РАБОТ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……...1298
Дайс А. В. АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОТНОШЕНИЙ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ……...1301
Зикратова Е. В. АНТИКОРРУПЦИОННАЯ ЭКСПЕРТИЗА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……1303
Коваленко Н. Е. ПОНЯТИЕ ОПАСНОГО (АГРЕССИВНОГО) ВОЖДЕНИЯ……..1304
Конюхова П. С. ПРИМЕНЕНИЕ ГРАЖДАНАМИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ДОКУМЕНТОВ, УДОСТОВЕРЯЮЩИХ ЛИЧНОСТЬ……1307

Корт Ю. Е. АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЙ СТАТУС БАРНАУЛЬСКОЙ ГОРОДСКОЙ ДУМЫ: ИСТОРИЯ ИСОВРЕМЕННОСТЬ……1309
Кулаевский А. В. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ……...1309
Мильгуй И. С. АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ ЭКОНОМИКИ……1311
Мужчинина А. С. ПРОБЛЕМЫ СООТНОШЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ……1313
Печатнова Ю. В. ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ……1315
Пронский М. В. ОБ УЧРЕЖДЕНИИ АДМИНИСТРАТИВНЫХ СУДОВ В РФ. ТОЧКА ЗРЕНИЯ СУДЕЙ И УЧЕНЫХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ (БАРНАУЛА)……....1317
Решетников Г. В. ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ……...1320
Сорокина С. А. К ВОПРОСУ О ПРИВЛЕЧЕНИИ К ОТВЕТСТВЕННОСТИ ВОДИТЕЛЕЙ ТС ПО ЧАСТИ 2 СТАТЬИ 12.17 КОАП РФ……...1320
Туркина П. П. ПРАВОВЫЕ МЕРЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КОРРУПЦИИ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ РФ……1322
Янцен А. О. ПРОБЛЕМЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ СИСТЕМЫ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……1325

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В Г. БАРНАУЛЕ……....1328

Антонова А. А. АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ…..1328
Апалькова Я. В. ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ СОВЕРШЕНИЯ АДМИНИСТРАТИВНЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ В Г. БАРНАУЛЕ С ИХ ПОСЛЕДУЮЩЕЙ ИЗОЛЯЦИЕЙ В ЦЕНТРЫ ВРЕМЕННОГО СОДЕРЖАНИЯ……..1331
Васильков К. А. ПРОБЛЕМА ПРИВЛЕЧЕНИЯ К АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЛИЦ, НАХОДЯЩИХСЯ В СОСТОЯНИИ АЛКОГОЛЬНОГО ОПЬЯНЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ И Г. БАРНАУЛА)……...1333
Власова Е. П. ПОЛНОМОЧИЯ ПОЛИЦИИ ПО ПРЕДУПРЕЖДЕНИЮ И ПРЕСЕЧЕНИЮ ПРАВОНАРУШЕНИЙ В СФЕРЕ СЕМЕЙНО-БЫТОВЫХ ОТНОШЕНИЙ……1336
Жир В. С. ВЫЯВЛЕНИЕ И ДОКУМЕНТИРОВАНИЕ АДМИНИСТРАТИВНЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ УЧАСТКОВЫМ УПОЛНОМОЧЕННЫМ ПОЛИЦИИ: ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ (НА МАТЕРИАЛАХ АЛТАЙСКОГО КРАЯ И Г. БАРНАУЛА)……...1337
Исаков В. С. АДМИНИСТРАТИВНЫЙ ЗАПРЕТ НА ПОСЕЩЕНИЕ СПОРТИВНЫХ СОРЕВНОВАНИЙ: ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ НАКАЗАНИЯ……..1340
Ковров И. Е. ПРЕСЕЧЕНИЕ ПРОПАГАНДЫ ЛИБО ПУБЛИЧНОГО ДЕМОНСТРИРОВАНИЯ НАЦИСТСКОЙ СИМВОЛИКИ СОТРУДНИКАМИ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ……...1343
Красилова Е. В. РЕАЛИЗАЦИЯ КРЕПКИХ СПИРТНЫХ НАПИТКОВ ДОМАШНЕЙ ВЫРАБОТКИ: ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ (НА ПРИМЕРЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ И Г. БАРНАУЛА)……1345
Кучугешев И. Г. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА НАРУШЕНИЕ ТИШИНЫ И ПОКОЯ ГРАЖДАН В АЛТАЙСКОМ КРАЕ….1348
Лаврова М. В. ЗАЩИТА ДЕТЕЙ ОТ ЖЕСТОКОГО ОБРАЩЕНИЯ В СЕМЬЕ (ПРОБЛЕМНЫЙ АСПЕКТ)……1350
Павлюченко А. М. АДМИНИСТРАТИВНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА ПРОВЕДЕНИЕ АРХЕОЛОГИЧЕСКИХ РАСКОПОК БЕЗ РАЗРЕШЕНИЯ……....1353

Попова М. Е. ОГРАНИЧЕНИЕ ПРЕБЫВАНИЯ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ В ОТДЕЛЬНЫХ МЕСТАХ КАК МЕРА ПРОФИЛАКТИКИ ПРАВОНАРУШЕНИЙ……1356
Ракитина Н. Ю. ВОПРОСЫ ПРОФИЛАКТИКИ И КВАЛИФИКАЦИИ ПРАВОНАРУШЕНИЙ, СОВЕРШАЕМЫХ В СФЕРЕ СЕМЕЙНО-БЫТОВЫХ ОТНОШЕНИЙ……..1358
Сафронов В. С. О ПРОБЛЕМАХ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРЕДСМЕННЫХ, ПРЕДРЕЙСОВЫХ И ПОСЛЕСМЕННЫХ, ПОСЛЕРЕЙСОВЫХ МЕДИЦИНСКИХ ОСМОТРОВ ЛИЦАМИ, ПЕРЕВОЗЯЩИМИ ОРГАНИЗОВАННУЮ ГРУППУ ДЕТЕЙ НА АВТОБУСАХ В Г. БАРНАУЛЕ И ЗА ЕГО ПРЕДЕЛАМИ....1361
Сванкулов Е. М. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ СОВЕРШЕНИЯ АДМИНИСТРАТИВНЫХ ПРАВОНАРУШЕНИЙ, ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА КОТОРЫЕ ПРЕДУСМОТРЕНА СТ. 20.3 И СТ. 20.29 КОАП РФ В Г. БАРНАУЛ……..1363
Смотряева М. И. НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ АДМИНИСТРАТИВНОГО ВЫДВОРЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН……1365
Шовкун А. А. ОТДЕЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ В СФЕРЕ СПОРТА……1367

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГРАЖДАНСКОГО И СЕМЕЙНОГО ПРАВА……1369

Альмяшев В. Е. ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ОТНОШЕНИЙ, СВЯЗАННЫХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ОБЛАЧНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ……..1369
Бобровский А. С. ПРОБЛЕМА ИСТРЕБОВАНИЯ ЖИЛЬЯ У ДОБРОСОВЕСТНОГО ПРИОБРЕТАТЕЛЯ……..1371
Верзун Н. Е. ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНСТИТУТА СОВМЕСТНОГО ЗАВЕЩАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……...1374
Горбунова О. Ю. К ПРОБЛЕМЕ РАСПОРЯЖЕНИЯ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ ЗЕМЕЛЬНЫМИ УЧАСТКАМИ, ГОСУДАРСТВЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ НА КОТОРЫЕ НЕ РАЗГРАНИЧЕНА……1376
Егорова В. С. ПРОБЛЕМЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРАВА МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В Г. БАРНАУЛЕ……....1379
Елизарова Е. В. ПРАВОВАЯ ПРИРОДА И ПРОБЛЕМЫ ПРАВОПРИМЕНЕНИЯ ИНСТИТУТА ИСКЛЮЧЕНИЯ УЧАСТНИКА ИЗ ОБЩЕСТВА С ОГРАНИЧЕННОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ……..1382
Игнатьев Ю. В. ПРОБЛЕМА ОГРАНИЧЕНИЯ ДЕЕСПОСОБНОСТИ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В СВЯЗИ С ОБНОВЛЕНИЕМ СТ. 30 ГК РФ……1384
Ощепкова Е. А. К ВОПРОСУ О ДОПУСТИМОСТИ УСТУПКИ ПРАВА (ТРЕБОВАНИЯ) ПО МУНИЦИПАЛЬНЫМ КОНТРАКТАМ НА ПОСТАВКУ ТОВАРОВ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ НУЖД НА ПРИМЕРЕ ПРАКТИКИ Г. БАРНАУЛА……..1386
Панчук А. В. ГОСУДАРСТВЕННАЯ РЕГИСТРАЦИЯ ПРАВА СОБСТВЕННОСТИ НА НЕДВИЖИМОСТЬ……...1389
Рыбаченко И. В. ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ НОРМ О ВИНДИКАЦИИ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ……..1391
Татькова А. В. НЕПРЕОДОЛИМАЯ СИЛА И ПРАКТИКА ЕЁ ПРИМЕНЕНИЯ СУДАМИ……...1393
Цицорина Ю. В. ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОДХОДОВ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ МАШИНО-МЕСТ……1395

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО ПРАВА……1398

Анохина И. Е. НЕСТАНДАРТНЫЕ ФОРМЫ РЕЙДЕРСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ……...1398
Арцемович З. В. К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ КРИПТОВАЛЮТЫ В РОССИИ И В Г. БАРНАУЛЕ……...1400
Горлова Ю. С. САМОЗАЩИТА КАК СПОСОБ ЗАЩИТЫ ГРАЖДАНСКИХ ПРАВ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ……...1403

Гундарев А. А. ПРОБЛЕМЫ ДЕФОРМАЦИИ КОМПЕТЕНТНОСТНОГО ПОДХОДА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ИНФОРМАТИЗАЦИИ……...1406
Жирова Е. А. ПРОБЛЕМЫ ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЙ НА РЫНКЕ БАНКОВСКИХ КАРТ……1408
Иноземцева Н. В. ОСОБЕННОСТИ НАЛОГОВОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА…..1409
Каракулина А. И. ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В Г. БАРНАУЛЕ……1412
Кармазина Т. К. САНКЦИОННАЯ ВОЙНА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЫНКОВ АЛТАЙСКОГО КРАЯ……..1414
Конзошев В. В. РАБОТНИК-АКЦИОНЕР: ПАРАДОКСЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ…….1416
Королькова Н. В. ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЕ ПРАВАМИ НА РЫНКЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ Г. БАРНАУЛА……..1418
Кулешова Т. Е. К ВОПРОСУ ОБ АКТУАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМАХ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СФЕРЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИМИ……..1420
Ланчаков М. В. ПРОБЛЕМЫ НЕДОБРОСОВЕСТНОЙ РЕКЛАМЫ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ……1422
Лобанов М. О. ПРОБЛЕМЫ НЕЗАКОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ В Г. БАРНАУЛЕ……1425
Мухачева И. А. БОРЬБА С РЕЙДЕРСТВОМ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ…….1427
Немцов Д. А. ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ БАНКРОТСТВА ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ ПО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……..1429
Орлова Е. А. ОСОБЕННОСТИ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ МЕДИЦИНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ЗА ПРИЧИНЕНИЕ ВРЕДА ЖИЗНИ И ЗДОРОВЬЮ……1432
Орлова А. С. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ БИОМЕТРИЧЕСКОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ КАК СРЕДСТВО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРАВ РЕБЕНКА……..1434
Пинаев Д. Е. АНАЛИЗ СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ МИКРОКРЕДИТОВАНИЯ. ВОПРОСЫ И ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МИКРОФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ……..1437
Попова Д. Н. К ВОПРОСУ ОБ УСТАНОВЛЕНИИ ИНСТИТУТА ОТВЕТСТВЕННОСТИ СОТОВЫХ ОПЕРАТОРОВ (НА ПРИМЕРЕ Г. БАРНАУЛА)……1439
Седова А. А. К ВОПРОСУ О САНАЦИИ СИСТЕМЫ ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ РЕГИОНА……1441
Суртаев И. Ю. ГОСУДАРСТВЕННАЯ И МУНИЦИПАЛЬНАЯ НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА: АНТИКРИЗИСНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ИЛИ «ДЫБА» ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ Г. БАРНАУЛА)……1443
Тамразян А. К. «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ» ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ АДВОКАТА В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ……...1444
Татаринцева А. Д. К ПРОБЛЕМЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ЗЛОУПОТРЕБЛЕНИЯМ НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ В ГОРОДЕ БАРНАУЛЕ……1447
Тимофеева К. А. КАК ЗАРАБАТЫВАЮТ ТРЕТЕЙСКИЕ СУДЫ……....1449
Ульрих Д. Н. ПРОБЛЕМЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В АВИАЦИОННЫХ ПЕРЕВОЗКАХ……..1451
Шупило А. Е. НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ РЕЙДЕРСКИМ ЗАХВАТАМ В Г. БАРНАУЛЕ……1453

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УГОЛОВНОГО СУДОПРОИЗВОДСТВА (ПО МАТЕРИАЛАМ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКИ Г. БАРНАУЛА И АЛТАЙСКОГО КРАЯ)……..1456

Диколенко А. Е. НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ НАЛОЖЕНИЯ АРЕСТА НА ИМУЩЕСТВО……1456
Иванов В. А. ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СЛЕДСТВЕННОГО ДЕЙСТВИЯ «ЛИЧНЫЙ ОБЫСК» В РОССИЙСКОМ УГОЛОВНОМ ПРОЦЕССЕ……1458
Кайгородова Е. О. ПРЕКРАЩЕНИЕ УГОЛОВНОГО ДЕЛА (УГОЛОВНОГО ПРЕСЛЕДОВАНИЯ) ПО СТ. 25.1 УПК РФ ПО ДВУОБЪЕКТНЫМ ПРЕСТУПЛЕНИЯМ……1460

Латышкова М. А. РЕАЛИЗАЦИЯ И ЗАЩИТА ПРАВ ЛИЦА, ЗАДЕРЖАННОГО ПО ПОДОЗРЕНИЮ В СОВЕРШЕНИИ ПРЕСТУПЛЕНИЯ……...1462
Миллер Н. В. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРАВА НА ЗАЩИТУ В УГОЛОВНОМ СУДОПРОИЗВОДСТВЕ (ПО ПРАКТИКЕ БАРНАУЛА И АЛТАЙСКОГО КРАЯ)……..1464
Морозов К. Е. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРАВ УЧАСТНИКОВ ПРИ НАЗНАЧЕНИИ И ПРОИЗВОДСТВЕ СУДЕБНОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ НА ЭТАПЕ ПРОВЕРКИ СООБЩЕНИЯ О ПРЕСТУПЛЕНИИ……...1467
Сывороткин Ю. Е. ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ СЛЕДСТВЕННОГО ДЕЙСТВИЯ: ОСВИДЕТЕЛЬСТВОВАНИЯ……....1468
Фисенко К. В. РЕАЛЬНОСТЬ УГРОЗЫ КАК ОСНОВАНИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ…...1470

ГРАЖДАНСКИЙ И АРБИТРАЖНЫЙ ПРОЦЕСС, ПРАВО СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ……..1472

Борисова М. А. ПРОБЛЕМА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТА В КАЧЕСТВЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ……1472
Гордеева Е. А. ПРОБЛЕМА ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ……...1473
Груне Р. С. ПЕНСИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОТРУДНИКОВ ОРГАНОВ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ…..1474
Каркавин В. Д. ПЕНСИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СУДЕЙ……..1476
Коновалова Х. В. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ПОСОБИЯ ГРАЖДАНАМ, ИМЕЮЩИМ ДЕТЕЙ……....1478
Крахмелец А. А. ОСОБЕННОСТИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ В ОБЛАСТИ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ ИНВАЛИДОВ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……...1480
Панченко Ю. Е. ОБРАЩЕНИЯ ВЗЫСКАНИЯ НА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННУЮ ПРОДУКЦИЮ — УРОЖАЙ, НАХОДЯЩИЙСЯ В ПОЛЕ……....1481
Парфенова Ю. Е. ДОСРОЧНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ СТРАХОВОЙ ПЕНСИИ ПО СТАРОСТИ……1482
Перепелова М. А. СОЦИАЛЬНАЯ ЗАЩИТА НАСЕЛЕНИЯ, ПОСТРАДАВШЕГО В ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЯХ……1485
Пяткова К. О. ПЕНСИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……..1488
Руф Е. Е. УЧЁТ ПРАВОВЫХ ПОЗИЦИЙ ЕСЧП В ПРОЦЕССУАЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ РФ: ПРЕДЕЛЫ И ОСОБЕННОСТИ……1489
Третьякова А. Р. ПОНЯТИЕ МАТЕРИНСКОГО (СЕМЕЙНОГО) КАПИТАЛА……1492
Фельк Д. К. ВЗАИМНОСТЬ КАК ОСНОВАНИЕ ПРИЗНАНИЯ И ИСПОЛНЕНИЯ В РОССИИ ИНОСТРАННЫХ СУДЕБНЫХ РЕШЕНИЙ……1493
Шакина А. М. ПРОБЛЕМЫ, СВЯЗАННЫЕ С НАДЛЕЖАЩИМ ИЗВЕЩЕНИЕМ ОТВЕТЧИКА В ГРАЖДАНСКОМ ПРОЦЕССЕ……..1495
Шкиль К. Ю. ГОСУДАРСТВЕННАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПОМОЩЬ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……1496

КОНСТИТУЦИОННОЕ ПРАВО……..1498

Андреева А. А. КОНСТИТУЦИОННОЕ ПРАВО НА НЕПРИКОСНОВЕННОСТЬ ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ: ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ И ОГРАНИЧЕНИЙ……1498
Андреева Е. А. СВОБОДА ТВОРЧЕСТВА В СВЕТЕ РАЗВИТИЯ ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ……1499
Арент А. А. ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ГОСУДАРСТВА В МАССОВОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ……1502
Бистерфельд О. А. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОБЛАСТИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ……1503
Васильев И. В. ОЦЕНКА СУДОМ БЕЗДЕЙСТВИЯ ОРГАНА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ И МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ……1505

Восканян Р. А. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИЗБИРАТЕЛЬНОГО ПРАВА ГРАЖДАН С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ……1508
Джихвадзе Г. В. ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРАВА НА СВОБОДУ ВЕРОИСПОВЕДАНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……..1509
Коваленко Н. Е. ТЕРРИТОРИАЛЬНОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ……...1512
Колпакова Ю. И. ПУБЛИЧНЫЕ СЛУШАНИЯ В Г. БАРНАУЛЕ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ……..1514
Коннова А. А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЮРИДИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ЗАЩИТЫ ПРАВ И СВОБОД ЧЕЛОВЕКА И ГРАЖДАНИНА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ……1515
Кулибяка Д. С. ПРОБЛЕМА ОПРЕДЕЛЕНИЯ СВЕТСКОГО И РЕЛИГИОЗНОГО ФАКТОРА В УПРАВЛЕНИИ СОВРЕМЕННЫМ ГОСУДАРСТВОМ……..1518
Кургузова Е. В. ПРИНЦИП ОТКРЫТОСТИ И ГЛАСНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ……1520
Мкртычева А. А. ЭЛЕКТРОННОЕ ГОЛОСОВАНИЕ В РОССИИ: ПРИМЕНЕНИЕ И ПРОБЛЕМЫ……1522
Мограбян М. Г. РОССИЯ — СОЦИАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВО КАК ОСНОВА КОНСТИТУЦИОННОГО СТРОЯ……...1525
Налбандян Г. А. ЖЕНСКОЕ ЛИЦО В ПОЛИТИКЕ……..1526
Павлич Л. В. КОНСТИТУЦИОННО-ПРАВОВОЙ СТАТУС КОМИССИИ ПО ДЕЛАМ НЕСОВЕРШЕННОЛЕТНИХ……1526
Распопова Ю. А. СВОБОДА СОБРАНИЙ И ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О ПУБЛИЧНЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ……1528
Реммих Е. А. «МУНИЦИПАЛЬНЫЙ ФИЛЬТР» НА ВЫБОРАХ ВЫСШИХ ДОЛЖНОСТНЫХ ЛИЦ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……1531
Сафонова А. О. КОНСТИТУЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРАВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ……...1533
Смирнова С. А. КОНСТИТУЦИОННОЕ ПРАВО ГРАЖДАН НА СВОБОДНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СВОИХ СПОСОБНОСТЕЙ ДЛЯ ЗАНЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ: СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ……..1534
Соколов С. А. ПРАВО НА КВАЛИФИЦИРОВАННУЮ ЮРИДИЧЕСКУЮ ПОМОЩЬ В РОССИИ…..1536
Стаценко Д. А. ИСКЛЮЧЕНИЯ В МУНИЦИПАЛЬНОМ ПРАВЕ……1538
Сысоева Н. С. ПРОБЛЕМА ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДВЫБОРНОЙ АГИТАЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ……..1540
Убираев С. С., Атуева Т. А., Васильев И. В., Кандаракова Д. Е., Карташова Ю. В., Конев А. В., Осокина Ю. М., Саблина Е. В., Тюрин В. А., Янцен А. О. ПОЛОЖЕНИЕ О МУНИЦИПАЛЬНОМ НОРМОТВОРЧЕСТВЕ ГОРОДСКОГО ОКРУГА — ГОРОДА БАРНАУЛ……..1543
Юрченко И. Н. ПРОБЛЕМА ФОРМИРОВАНИЯ ПРАВОСОЗНАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА……....1544

ТРУДОВОЕ ПРАВО……1546

Акимцева Е. С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПОЛИГРАФА ПРИ ОТБОРЕ КАДРОВ……...1546
Арцибасов Е. Е. ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО О ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТАХ И ПРОБЛЕМЫ ЕГО СТАНОВЛЕНИЯ……1549
Грефенштейн Е. С. ВИДЫ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ……...1551
Дорожкина К. С. ПРОБЛЕМА МОЛОДЕЖНОЙ БЕЗРАБОТИЦЫ В СОЦИАЛЬНОМ ГОСУДАРСТВЕ НА ПРИМЕРЕ РФ……1554
Дроздова Е. А. ПОЛНАЯ МАТЕРИАЛЬНАЯ ОТВЕСТВЕННОСТЬ РАБОТНИКА……1555
Дунаева Е. А. НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ДИСТАНЦИОННОГО ТРУДА……...1558

Коньшина Л. С. ИНЫЕ ПРЕДСТАВИТЕЛИ РАБОТНИКОВ В ТРУДОВЫХ ПРАВООТНОШЕНИЯХ……...1560
Кудинова К. А. ПРОБЛЕМА ТРУДОУСТРОЙСТВА ИНВАЛИДОВ……..1563
Лобас С. В. ОСОБЕННОСТИ ПРЕКРАЩЕНИЯ ТРУДОВОГО ДОГОВОРА С РУКОВОДИТЕЛЕМ ОРГАНИЗАЦИИ……...1565
Мезенцев А. О. ОБСТОЯТЕЛЬСТВА, ИСКЛЮЧАЮЩИЕ МАТЕРИАЛЬНУЮ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ РАБОТНИКА……...1568
Муратова А. В. ЗНАЧЕНИЕ КОДЕКСА ЗАКОНОВ О ТРУДЕ РСФСР 1918 ГОДА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТРУДОВОГО ПРАВА В РОССИИ……....1570
Нестерова М. С. ДИСТАНЦИОННАЯ РАБОТА КАК ОСОБЫЙ ВИД ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ……...1573
Пастухова А. А. СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ТРУДОВЫХ ПРАВ РАБОТНИКОВ……1575
Пергаева Е. И. ТРУДОПРАВОВАЯ ПРИРОДА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЫ……...1578
Сухачева И. В. НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАССМОТРЕНИЯ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ТРУДОВЫХ СПОРОВ В КОМИССИИ ПО ТРУДОВЫМ СПОРАМ……1580
Фоменко Т. С. УЧАСТИЕ ГОСУДАРСТВА В ТРАНСФОРМАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ……1583

ФИНАНСОВОЕ И НАЛОГОВОЕ ПРАВО……...1585

Алилеков Д. В. ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБМЕНА НАЛОГОВОЙ ИНФОРМАЦИЕЙ……1585
Аникина А. В. ИСПОЛНЕНИЕ НАЛОГОВОЙ ОБЯЗАННОСТИ ФИЗИЧЕСКИМИ ЛИЦАМИ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИМИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ БЕЗ РЕГИСТРАЦИИ: ПРОБЛЕМЫ ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ……1587
Балаганский С. В. НАЛОГОВЫЙ МОНИТОРИНГ В РФ: РЕАЛИЗАЦИЯ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ……1589
Донева В. И. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ЗА НАЛОГОВЫЕ ПРАВОНАРУШЕНИЯ……...1592
Зимакина Е. А. НАЛОГОВЫЕ ВЫЧЕТЫ ПО НАЛОГУ НА ДОХОДЫ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ……1594
Измайлова Е. Е. ТРАНСПОРТНЫЙ НАЛОГ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ……1595
Липатникова А. А. НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ НАЛОГОВЫХ НОРМ……..1597
Мальчугов И. Е. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОЖИТОЧНОГО МИНИМУМА И МИНИМАЛЬНОГО РАЗМЕРА ОПЛАТЫ ТРУДА В НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……...1600
Сердюк К. А. ЗЕМЕЛЬНЫЙ НАЛОГ……....1602
Трифонова Е. Д. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОСВЕННОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ……1604
Фролова Е. Д. ПРАКТИКА ПРИМЕНЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ НАЛОГОВЫХ РЕЖИМОВ СРЕДИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ Г. БАРНАУЛА……1606
Чибисов Н. А. К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ НЕНАЛОГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ НА ПРИМЕРЕ «ПЛАТОНА»……...1608
Шалабод К. В. К ВОПРОСУ О РОЛИ НАЛОГОВЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ БЮДЖЕТА МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА БАРНАУЛА)……..1611
Щербакова А. А. ОСОБЕННОСТИ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ПРИ ПРОДАЖЕ НЕДВИЖИМОСТИ ФИЗИЧЕСКИМ ЛИЦОМ……...1613
Эйхольц Н. В. ОСОБЕННОСТИ УПЛАТЫ ТРАНСПОРТНОГО НАЛОГА В АЛТАЙСКОМ КРАЕ……..1615

Научное издание

МОЛОДЕЖЬ — БАРНАУЛУ

МАТЕРИАЛЫ XVII–XIX ГОРОДСКОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ

Часть XIX

Издается в авторской редакции

Подготовка оригинал-макета: С. И. Тесленко

Издательская лицензия ЛР 020261 от 14.01.1997.
Формат 60x84/8. Усл.-печ. л. 192,5.

Типография Алтайского государственного университета:
656049, Барнаул, ул. Димитрова, 66