

**Международная Научно-Исследовательская Федерация
«Общественная наука»**

Научный диалог: Молодой ученый

Сборник научных трудов

**по материалам
международной научной конференции**

22 ноября 2016 г.

LJOURNAL.RU

Москва 2016

УДК 001.1
ББК 60

Т34

Научный диалог: Молодой ученый. Сборник научных трудов, по материалам международной научно-практической конференции 22 ноября 2016 г. Изд. ЦНК МНИФ «Общественная наука», 2016. - 28с.

SPLN 001-000001-0073-E5
DOI 10.18411/spc-22-11-2016
IDSP 000001:spc-22-11-2016

В сборнике научных трудов собраны материалы из различных областей научных знаний. В данном издании приведены все материалы, которые были присланы на II международную научно-практическую конференцию **Научный диалог: Молодой ученый**

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов.

Все материалы, размещенные в сборнике, опубликованы в авторском варианте. Редакция не вносила коррективы в научные статьи. Ответственность за информацию, размещенную в материалах на всеобщее обозрение, несут их авторы.

Информация об опубликованных статьях будет передана в систему Российского индекса научного цитирования (РИНЦ) и наукометрическую базу SPINDEX

Электронная версия сборника доступна на сайте ЦНК МНИФ «Общественная наука». Сайт центра: conf.sciencepublic.ru

УДК 001.1
ББК 60

SPLN 001-000001-0073-E5

<http://conf.sciencepublic.ru>

Содержание

s

РАЗДЕЛ I. БИОЛОГИЯ.....5

Самодоева А.А., Щавелев И.Д., Ибрагимова Р.Р., Белоус Е.В.
Смешанные Ленгмюровские адсорбционные слои интерферон-ПАВ5

РАЗДЕЛ II. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ8

**Ворожцова Н.А., Кучуганов В.Н., Кучуганов А.В., Касимов Д.Р.,
Никитина Е.П.** О необходимости создания интеллектуальной обучающей
системы по дисциплине «Инженерная графика»8

РАЗДЕЛ III. СОЦИОЛОГИЯ11

Акинина К.Д. Социологический анализ замкнутой совокупности
студентов11

РАЗДЕЛ IV. ЭКОНОМИКА.....13

Александрова А.А. Цена на нефть: факторы влияния и прогнозы.....13

РАЗДЕЛ V. МЕНЕДЖМЕНТ.....14

Дрюк (Шмидт) Л.А., Мерзликина Г.С. Проблемы предпринимательства
в сфере услуг шоу бизнеса14

Юханова И. Ю. Роль лидера в построении эффективного промышленного предприятия.....18

РАЗДЕЛ VI. ФИЛОЛОГИЯ.....22

Ледовской А.В. Жанрово-типологические характеристики учебно-научного географического текста22

Цаголова В.А. Ассоциативно-образные компоненты в структуре эмоционального концепта “Angst”25

РАЗДЕЛ I. БИОЛОГИЯ

Самодоева А.А., Щавелев И.Д., Ибрагимова Р.Р., Белоус Е.В.
 Смешанные Ленгмюровские адсорбционные слои интерферон-ПАВ

Российский химико-технологический университет им. Д.И. Менделеева
 (Россия, Москва)

doi:10.18411/spc-22-11-2016-01

idsp: 000001:spc-22-11-2016-01

Интерфероны находят широкое применение в качестве противовирусных агентов, как в индивидуальном виде, так и в смесях с низкомолекулярными соединениями. В частности, противовирусная терапия гепатита С базируется на применении интерферона в комплексе с рибавирином. Несмотря на успехи такой терапии, подтвержденные многолетним опытом, механизм смешанного действия интерферон-рибавирин до конца не выяснен [1]. Подход к выявлению межмолекулярных взаимодействий интерферон-рибавирин с позиций физической и коллоидной химии, позволит глубже разобраться в процессах, протекающих на молекулярном уровне.

В качестве объектов исследования в качестве модельных соединений были выбраны человеческий лейкоцитарный интерферон (ИЧЛ) и твин-80 (полисорбат-80); а также пегилированный интерферон-альфа 2b (ПЭГ-ИФН) и рибавирин (1-(β -D-Рибофуранозил)-1H-1,2,4-триазол-3-карбоксамид) – современная противовирусная композиция, направленная на лечение гепатита С.

Получение и исследование смешанных композиций проводили с использованием весов Ленгмюра. Формирование адсорбционных пленок осуществляли, согласно стандартной методике [2]. Авторы настоящего исследования выражают глубокую благодарность д.т.н. С.Г. Юдину (ведущий научный сотрудник в Институте кристаллографии им. А.В. Шубникова РАН) за помощь в организации и проведении данных исследований.

Предварительными опытами было установлено, что, как и твин-80 (типичное поверхностно-активное вещество), рибавирин в водных растворах также проявляет поверхностную активность из-за наличия полярной амидной группы. Таким образом, смешанные системы интерферон-рибавирин можно считать смесями белок-ПАВ.

На рисунке 1 представлены типичные изотермы поверхностного давления индивидуальных соединений.

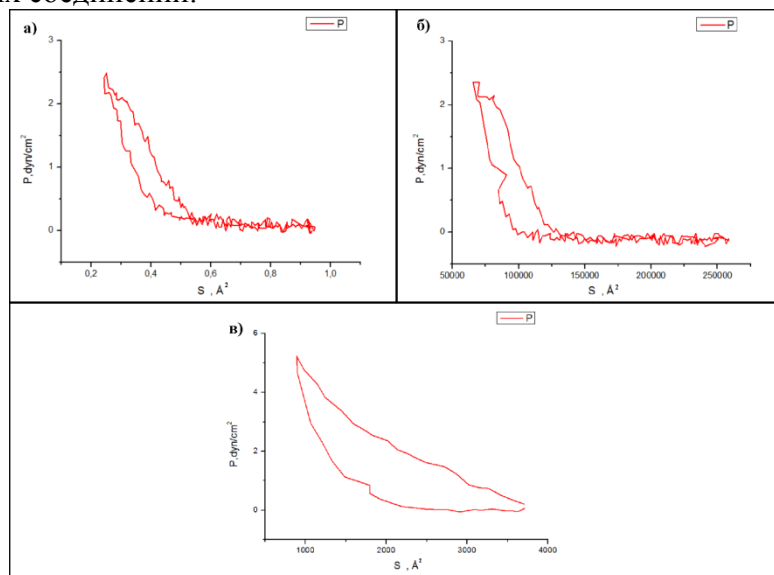


Рисунок 1. Изотермы поверхностного давления водных растворов:
 а) рибавирин (0,078 % масс.), б) ИЧЛ ($2,032 \cdot 10^{-5}$ % масс.),
 в) твина-80 ($5 \cdot 10^{-4}$ % масс.).

Верхняя кривая на каждой изотерме представляет собой кривую растяжения; нижняя – сжатия. Наибольшим поверхностным давлением из представленных соединений обладает твин-80, в связи с наибольшей поверхностной активностью в водных растворах. Благодаря достаточно высокой молекулярной массе (18 кДа), молекула белка занимает наибольшую площадь в адсорбционном слое. Адсорбционные слои могут быть количественно охарактеризованы константами уравнения Шишковского [3] – константой адсорбционного равновесия (К) и емкостью монослоя (A_{∞}).

Полученные результаты сведены в таблицу 1.

Таблица 1.

Константы уравнения Шишковского для водных растворов индивидуальных интерферонов и ПАВ

Вещество	К, м ³ /моль	A_{∞} , моль/м ²
Человеческий лейкоцитарный интерферон	42235	$6,6 * 10^{-9}$
Пегилированный интерферон альфа-2b	51251	$5,7 * 10^{-9}$
Рибавирин	$5,24 * 10^{-5}$	$3,1 * 10^{-5}$
Твин-80	49,0	$2,7 * 10^{-6}$

Учитывая совершенно разную природу исследуемых соединений, можно объяснить большую разницу по величинам, как для константы, так и для предельной емкости монослоя. Результаты, полученные для Твин-80, хорошо согласуются с литературными данными, в то время как, значения констант уравнения Шишковского для интерферонов и рибавирина в публикациях не представлены [4]. Высокие значения константы К для белка свидетельствуют о высоком сродстве молекул интерферона и воды. Аналогичные значения были получены при замене воды на фосфатный буфер.

На рисунке 2 представлены типичные изотермы поверхностного давления для смесей белок-рибавирин. Во всех случаях концентрация белка оставалась постоянной и варьировалась концентрация рибавирина. В случае меньшей концентрации рибавирина полученный комплекс сжимался сложнее, о чем говорят многочисленные и неровные изломы на изотерме. Это позволяет предположить, что не весь белок был связан с рибавирином и полученный комплекс не был достаточно прочным. В каждом опыте с увеличением объема пробы полученная изотерма приобретала более плавный вид, что говорит об увеличении гибкости монослоя.

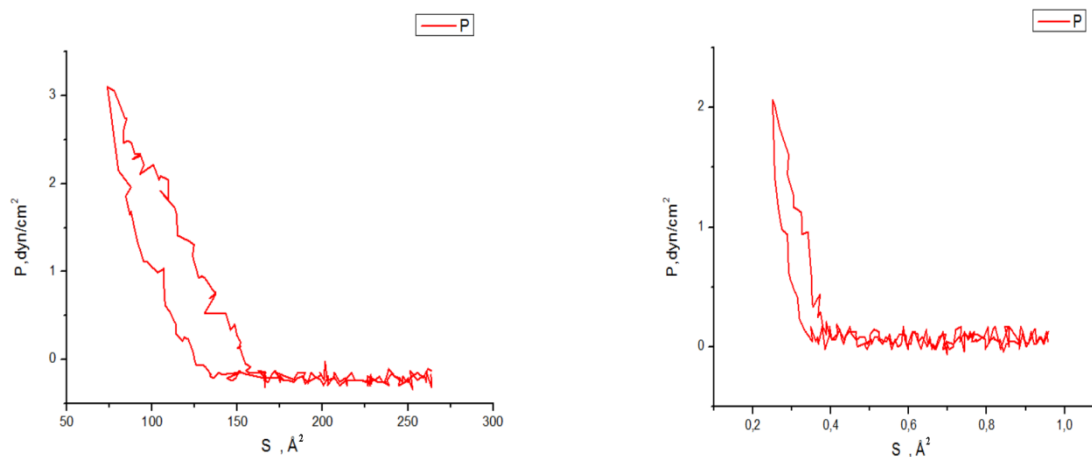


Рисунок 2. Изотермы поверхностного давления смешанных растворов ПЭГ-ИНФ

С ПЭГ-ИНФ = $6,67 * 10^{-3}$ % масс.
С РИБАВИРИН = $1,95 * 10^{-4}$ % масс

С ПЭГ-ИНФ = $6,67 * 10^{-3}$ % масс.
С РИБАВИРИН = $0,0725$ % масс.

Изменение емкости монослоя в смешанных растворах (таблица 2) косвенно свидетельствует об образовании межмолекулярного комплекса интерферон-рибавирин.

Таблица 2.

Емкость монослоев в смешанных системах белок-рибавирин

Вещество	Концентрация, % масс.		A _∞ , моль/м ²
	Рибавирин	Интерферон	
Рибавирин	0,078	---	2,94* 10 ⁻⁴
	0,01	---	4,55* 10 ⁻⁵
ПЭГ-ИФН альфа-2b	---	2,1*10 ⁻⁵	1,37* 10 ⁻⁹
ИЧЛ	10 ⁻⁴	---	6,68* 10 ⁻⁹
ИЧЛ+Рибавирин	0,0725	6,7*10 ⁻³	4,34* 10 ⁻⁴
	1,9*10 ⁻⁴	6,7*10 ⁻³	1,44* 10 ⁻⁷

Таким образом, проведенные исследования позволили обнаружить наличие межмолекулярного комплекса интерферон-рибавирин. Обнаружение синергетических эффектов взаимодействия требует дальнейших исследований, которые планируется проводить с использованием совокупности спектральных методов анализа.

Список используемых источников информации

1. Lau JY, Tam RC, Liang TJ, Hong Z. Mechanism of action of ribavirin in the combination treatment of chronic HCV infection. *Hepatology* 2002; 35:1002-1009.
2. Блинов Л.М. «Ленгмюровские пленки» Успехи физических наук. т. 155, №3 с. 443 - 480, 1988.
3. Surface pressure of protein adsorption layers: application to molecular mass and molecular area measurements. R. Douillard, V. Aguié-Be'ghin. *Biochimie des Macromole'cules Ve'ge'tales*, UPBP, INRA, CRA, 2 Esplanade R. Garros, BP 224, 51686 Reims, cedex 2, France.
4. Elka S. Basheva, Theodor D. Gurkov, Nikolay C. Christov, Bruce Campbell. Interactions in oil/water/oil films stabilized by -lactoglobulin; role of the surface charge. Laboratory of Chemical Physics & Engineering, Faculty of Chemistry, University of Sofia, James Bourchier Avenue 1, Sofia 1164, Bulgaria. Kraft Foods, Inc., 801 Waukegan Road, Glenview, IL 60025, USA.

РАЗДЕЛ II. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Ворожцова Н.А., Кучуганов В.Н., Кучуганов А.В., Касимов Д.Р., Никитина Е.П.
О необходимости создания интеллектуальной обучающей системы по дисциплине
«Инженерная графика»

Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашикова
(Россия, Ижевск)

doi:10.18411/spc-22-11-2016-02

idsp: 000001:spc-22-11-2016-02

Аннотация

В статье предлагается создание интеллектуальной обучающей системы, которая позволит повысить эффективность обучения студентов дисциплине «Инженерная графика». В результате проведенных исследований, разработана диаграмма вариантов использования системы и перечислены основные ее отличия от существующих аналогов.

Инженерная графика – это первый шаг в изучении основных правил выполнения и оформления конструкторской документации. Кроме образного пространственного воображения графика развивает логическое мышление и входит в число фундаментальных дисциплин, составляющих основу специального образования [1].

Преподавание графических дисциплин требует постоянного совершенствования. На помощь преподавателю приходят современные технологии. Преподаватель, владеющий навыками работы с прикладными редакторами, может самостоятельно, без привлечения программистов, подготовить компьютерный курс лекций по инженерной графике, составить задания для практических занятий. Объяснение нового материала сопровождается наглядным изображением трехмерных образов [2]. При этом развивается пространственное воображение студентов. Для того чтобы обучение было полным и целостным создаются различные обучающие системы.

Рассмотрим несколько подходов к обучению инженерной графике и приведем примеры.

1. Автоматизированные обучающие системы – это системы, позволяющие студентам осваивать новый материал, выполнять практические работы и производящие контроль знаний.

2. Учебные пособия с применением мультимедиа-технологий. Мультимедийные технологии обогащают процесс обучения, позволяют сделать обучение более эффективным, вовлекая в процесс восприятия учебной информации большинство чувственных компонент обучаемого.

3. Обучающие сайты. Обучающих сайтов существует достаточно много, все они требуют постоянного участия преподавателя в обучении дисциплине и предназначены для изучения курса инженерной графики студентами в режиме online. Также обучающие сайты могут быть использованы для самостоятельного изучения некоторых тем дисциплины студентами очной формы обучения. Преподаватели могут использовать данный комплекс для проведения занятий.

Достоинства рассмотренных подходов:

1) технологичность – обучение с использованием современных программных и технических средств делает электронное образование более эффективным. Новые технологии позволяют сделать визуальную информацию яркой и динамичной, построить сам процесс образования с учетом активного взаимодействия студента с обучающим сайтом;

2) доступность и открытость обучения – возможность учиться удаленно от места обучения;

3) обучение в любое время в любом месте позволяет студентам не только оставаться в привычной для них обстановке и сохранить привычный ритм жизни, но и выработать индивидуальный график обучения;

4) возможность проверки знаний студентов с помощью тестов.

Недостатки рассмотренных подходов:

- 1) отсутствие практических заданий, а если они и есть, то требуется ручная проверка правильности их выполнения;
- 2) теоретический материал в большинстве случаев не интерактивен;
- 3) нет возможности поэтапно посмотреть процесс чтения чертежа и построения объемной модели произвольной детали;
- 4) нет возможности поиска чертежей, релевантных поставленной задаче, в готовой обширной базе, например, для помощи в выполнении практических работ.

После обзора существующих обучающих систем по дисциплине «Инженерная графика» был сделан вывод о необходимости создания собственной интеллектуальной обучающей системы.

Курс обучения предполагается разместить в системе дистанционного обучения Moodle. В курсе студентам будут предоставлены:

- интерактивный теоретический материал (лекции),
- практические задания и программа для их выполнения GrSearch,
- иллюстрированные тесты.

Программа GrSearch разработана на кафедре «Автоматизированные системы обработки информации и управления» в «Ижевском государственном техническом университете имени М.Т. Калашникова» и состоит из двух подсистем. Подсистема синтеза 3D модели по чертежу [3] автоматически распознает, подсвечивает и комментирует составляющие элементы чертежа (виды, оси, разрезы и др.), позволяет увидеть ошибки в чертеже еще до построения 3D модели, выделяет на чертеже базовые 3D тела, из которых образована сложная форма объекта, и строит 3D модель объекта. Система не имеет распространенных аналогов. Выполнение практических заданий на построение изометрии с помощью данной системы вырабатывает способности к анализу и синтезу пространственных форм объектов.

Подсистема графического поиска чертежей по эскизу/наброску [4], также входящая в программу GrSearch, позволяет обучающемуся найти аналоги чертежа в готовой базе, задавая в качестве запроса произвольное изображение-образец, сравнить найденные аналоги со своим чертежом, найти ошибки, обнаружить вхождения одного графического объекта в другой и многое другое. Студент получает навык повторного применения опыта, накопленного в архиве чертежей, развивает способность чтения чертежей, выполняет задание по аналогии с имеющимися решениями.

UML-схема вариантов использования интеллектуальной обучающей системы «Инженерная графика» показана на рисунке 1.

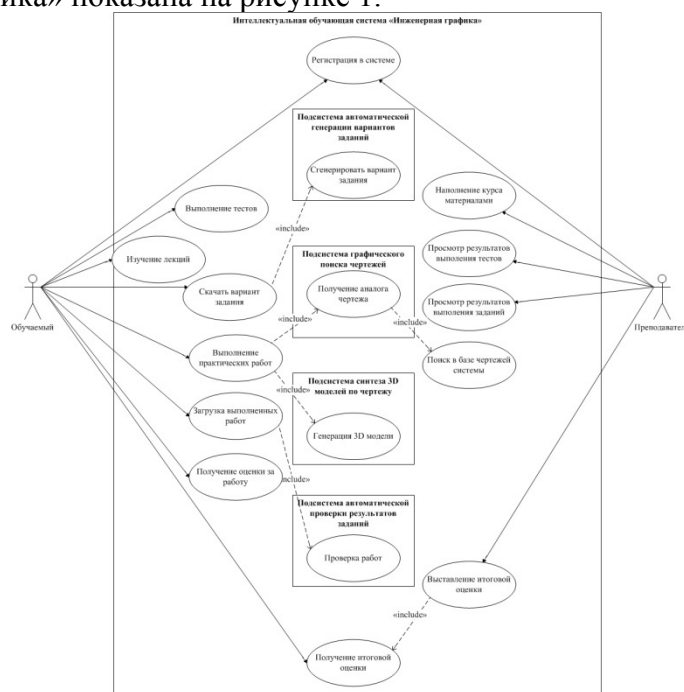


Рисунок 1 – Диаграмма вариантов использования

Отличие предлагаемой интеллектуальной обучающей системы по «Инженерной графике» от существующих будет состоять в следующем:

1) в качестве программного обеспечения курса используются подсистемы с искусственным интеллектом (GrSearch), а именно: подсистема синтеза 3D моделей по чертежу и подсистема графического поиска чертежей;

Программа GrSearch является системой искусственного интеллекта, потому что в ней реализованы интеллектуальные методы анализа чертежных изображений на основе логических рассуждений, распознавания, сопоставления и оценки сходства зрительных образов [3, 4].

2) теоретическая часть курса содержит интерактивные элементы;

3) для создания вариантов практических работ используется модуль автоматической генерации вариантов заданий;

4) практические работы студентов проверяет модуль автоматической проверки результатов выполнения практических заданий;

5) наличие готовой большой базы чертежей и инструментального средства графического (контентного) поиска чертежей по изображению-образцу, с помощью которого студент может находить решения, близкие поставленной ему задаче.

Таким образом, представленная обучающая система наиболее полно отвечает как потребностям преподавателей для представления материала, так и студентов, давая им наиболее полное представление об изучаемом предмете. Данный метод обучения подходит как для дистанционной или заочной форм обучения, так и для очной формы обучения. В дальнейшем можно будет добавить в систему дополнительные материалы, которые необходимы для изучения таких дисциплин как «Начертательная геометрия», «Компьютерная графика» и других.

Список используемых источников информации

1. Яшкова О. Н. Информационные технологии в преподавании «Инженерной графики» [Текст] / О. Н. Яшкова // Воспитание и обучение: теория, методика и практика : материалы VI Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 20 март 2016 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2016. — С. 87-89. — ISBN 978-5-9908090-0-0.
 2. Тимашева Е. Н. Использование компьютерных технологий при изучении графических дисциплин / Е. Н. Тимашева // Высшее образование сего- дня. – 2014. – № 4. – С. 73-74.
 3. Кучуганов, В.Н. Лингвистический алгоритм синтеза трехмерных геометрических моделей по чертежу / В.Н. Кучуганов, Д.Р. Касимов // Приволжский научный журнал. Н. Новгород: Изд-во ННГАСУ, 2011. – №4. – С. 118-124.
 4. Касимов, Д.Р. Методика и система контентного поиска чертежей и схем в архивах технической документации / Д.Р. Касимов // Интеллектуальные системы в производстве. – Ижевск: Изд-во ИжГТУ, 2016. – № 2. – С. 36-39.
-

РАЗДЕЛ III. СОЦИОЛОГИЯ

Акинина К.Д.

Социологический анализ замкнутой совокупности студентов

*Рязанский государственный радиотехнический университет
(Россия, Рязань)*

doi:10.18411/spc-22-11-2016-03

idsp: 000001:spc-22-11-2016-03

Вопрос определения места и роли молодежи в политическом процессе в любой стране является принципиальным. Молодежь – это важнейший социальный и электоральный ресурс общества, который может быть использован различными партиями, политическими лидерами и силами в своих интересах.

Во-первых, избирательное право в России имеют около 25 млн. молодых людей в возрасте от 18 до 29 лет. Это около четверти от общего числа избирателей.

Во-вторых, молодежь – наиболее динамичная и энергичная социальная группа, которая будет определять развитие общества и государства через несколько лет.

В-третьих, молодежь предопределяет структуру занятости населения и его трудовую активность на ближайшие десятилетия. Поэтому от сегодняшнего положения молодежи зависит экономическое развитие государства и его мощь.

В силу этих причин обращение политических сил России к молодежи, изучение и решение ее проблем, привлечение молодых людей к участию в политическом процессе становится необходимостью и приобретает особую актуальность.

В настоящее время в России сложилась ситуация, когда у граждан, принимающих активное участие в политическом процессе, уже оформились предпочтения в выборе конкретной идеологии и партии. В то же время число тех, кто не проявляет политической активности или не сделал еще своего выбора, значительно больше. Именно эта часть электората и является тем ресурсом, за который сегодня разворачивается борьба. Значительную часть этой социальной группы представляет молодежь.

В последнее время молодые люди все чаще проявляют политическую активность под влиянием внутренних и внешних факторов. Главными внутренними факторами повышения политической активности молодежи стали тяжелое финансовое положение молодых россиян, отсутствие перспектив на будущее и непопулярные социальные реформы, проводимые правительством РФ.

Основной задачей сейчас является вовлечение молодежи в политический процесс страны.

Цель работы – провести социологический анализ политической активности студентов Рязанского государственного радиотехнического университета.

Имеются данные социологического опроса, проведенного среди студентов Рязанского государственного радиотехнического университета, в ходе которого опрашиваемые должны были ответить на подготовленные вопросы. Всего в опросе приняло участие 50 человек.

После обработки данных подвожу итоги политической активности студентов Рязанского государственного радиотехнического университета нейтрально относящимся ко всем ведущим партиям в стране.

Наибольшая часть студентов 36%, являются заинтересованными политикой, 26% студентов являются нейтрально относящимися к политике, 22% составляют студенты максимально политически активными и всего лишь 16% опрошенных являются негативно относящимися к политике.

По данным результатам можно делать следующие выводы.

Сложившаяся ситуация, я считаю, является не устойчивой для будущего нашей страны, так как чем меньше молодежь интересуется политикой, тем легче ей манипулировать.

Поэтому, я считаю, необходима чётко продумывать государственную политику по созданию социально-экономических, правовых, организационных условий и гарантий для социального становления и развития молодых граждан, наиболее полной реализации творческого потенциала молодежи.

Список используемых источников информации

1. Позднякова Е.В. Социальный аудит региональных программ в сфере государственной молодежной политики: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Екатеринбург, 2011.
 2. Коган Л.Н. Попов В.Г. Генин Л.В. Долганов А.Е. Молодежь и политика. Екатеринбург, УрГУ. 1994.
 3. Бабинцев В.П. Кадровое ограничение государственной молодежной политики // Научные ведомости БелГУ. Философия, социология, право. 2008. №8 (48).
-

РАЗДЕЛ IV. ЭКОНОМИКА

Александрова А.А.

Цена на нефть: факторы влияния и прогнозы

*Поволжский государственный технологический университет
(Россия, Йошкар-Ола)*

doi:10.18411/spc-22-11-2016-04

idsp: 000001:spc-22-11-2016-04

Научный руководитель: Родионова Е.В.

Роль нефти в мировой экономике исключительно велика. Нефть и продукты ее переработки используются почти во всех отраслях хозяйства.

В качестве основных факторов, влияющих в современном мире на курс нефти, специалисты рассматривают следующие.

1) Влияние США. Страна является крупнейшим потребителем энергоресурса, и, несмотря на большие объемы добычи нефти внутри страны, топлива все равно не хватает, его приходится докупать у других стран. США не выгодна дорогая нефть, поэтому страна всегда играет на её понижение. Так, сейчас активно ведутся разработки новых источников энергии, добывается сланцевый газ, применяются альтернативные источники. Кроме того, в стране есть значительный резерв нефти, который постоянно увеличивается. Этот резерв по закону не подлежит ни использованию, ни экспорту. В случае острой необходимости, этот резерв может быть использован для понижения курса нефти на рынке.

2) Нестабильная военная ситуация на Ближнем Востоке.

3) Политический конфликт, возникший между Россией и Западом.

4) Влияние США на ОПЕК. Многие эксперты считают, что данной организации могут диктовать условия развитие страны, в частности, США. Несмотря на падение курса нефти в 2 раза, большинство стран ОПЕК совершенно этим не обеспокоены. Казалось бы, вполне логично будет собрать конференцию и ужесточить ограничения по объему добычи, но этого никто не делает.

Сегодня никто не может дать четкого ответа на вопрос о том, что будет с ценой на нефть. Можно лишь судить об обстоятельствах, способных переломить ход нефтяного кризиса. Так, по мнению некоторых специалистов, цена на «черное золото» станет стабильной или начнет подъем при следующих ситуациях:

1) гражданская война в Ираке подойдет к концу, либо военные действия затихнут;

2) политический конфликт, возникший между Россией и западным миром, будет исчерпан, санкции отменят, вновь начнется торговое сотрудничество;

3) закончится гражданская война в Ливии;

4) ОПЕК введет дополнительные ограничения на объемы добычи, что выровняет курс.

Вероятно, следует ожидать дальнейшего снижения цены нефти при следующих обстоятельствах:

1) военно-политическая ситуация на Ближнем Востоке еще более обострится;

2) обострятся разногласия между Россией и западным миром;

3) США начнут использовать свои нефтяные резервы.

Список используемых источников информации

1. Безруков, А.О. Россия и мир в 2020 году. Контуры тревожного будущего: учеб. / А.О.Безруков, А.А.Сушенцов. – М.: Изд-во «Эксмо», 2015. – 108 с.
2. Почему дешевеет нефть? Совпадение или тайный сговор против Рос-сии? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://pamm-trade.com/pochemu-desheveet-neft-sovpadenie-ili-tajnyj-sgovor-protiv-rossii/4232/>. – (Дата обращения 01.11.2016)
3. Гайдар, Е. Гибель империи. Уроки для современной России: учеб. / Е. Гайдар. – М.: «Корпус, 2015. – 250 с.
4. Матвеев, В. Падение цен на нефть / В.Матвеев // Газета «Завтра». – 2014. – № 8. – С. 10.

РАЗДЕЛ V. МЕНЕДЖМЕНТ

Дрюк (Шмидт) Л.А., Мерзликина Г.С.

Проблемы предпринимательства в сфере услуг шоу бизнеса

*Волгоградский государственный технический университет
(Россия, Волгоград)*

doi:10.18411/spc-22-11-2016-05

idsp: 000001:spc-22-11-2016-05

Аннотация

Бизнес рассматривается как деятельность, направленная на получение прибыли. Конкурентоспособность товара, услуг невозможно без учета требований рынка. Цель конкуренции - борьба за получение возможно большей прибыли. В настоящее время в цирковом шоу-бизнесе конкуренция между субъектами слабая, причиной которой является организационная структура. Весь мир все больше переполняют частные цирки. В России частный цирк пока еще редкость. Сегодня подавляющее большинство артистов цирка работают в одной из трех цирковых организаций, а ядром цирковой системы России остается Российская государственная цирковая компания. Одной из проблем цирковой деятельности являются кадры. Однако цирковое движение не получает должной поддержки со стороны государства и профессиональных цирков.

Ключевые слова: Шоу-бизнес – предпринимательство; рыночные отношения; бизнес как деятельность; получение прибыли; движущая сила конкуренции; разнообразие зрелищ; мастерство артистов; цирковой шоу-бизнес; частные цирки; цирковое предпринимательство; доступности цирковых услуг.

Drick (Schmidt) L.A., Merzlikina G. S.

Volgograd state Technical University

Problems of business in the service sector show business

Abstract

Business considered as an activity aimed at making a profit. Competitive ability of goods and services is impossible without taking into account the requirements of the market. The purpose of competition - the struggle to get the greatest possible profit. Currently in a circus show business competition between the subjects of the weak, the reason of which is the organizational structure. The whole world is overwhelmed by private circuses. In Russia, a private circus is still a rarity. Today the vast majority of circus artists work in one of three circus organizations, and the core of the circus system of Russia is the Russian state circus company. One of the problems circus activities are frames. However circus movement does not receive adequate support from the state and professional circles.

Keywords: Show-business-business; market relations; business as activity; profit is the driving force of competition; the variety of sights; the skill of the performers; circus show-business; private circuses; circus entrepreneurship; availability circus services.

Введение. Шоу-бизнес (show- business) –это предпринимательство в сфере развлекательных зрелищ. Взаимосвязь культуры и предпринимательства уходят в глубь веков, находя отражение в определениях предпринимательской деятельности, в экономических теориях. Общей методологической основой этих взаимоотношений выражается с одной стороны эстетическими, художественными, а с другой стороны экономическими, производственными. Шоу-бизнес требует исключительно больших затрат – это реклама, оптовая торговля, индустрия музыкальных и информационных программ, производство и тиражирование фильмов, фонограмм и аудиовизуальной

продукции, коммерческая организация эстрадных групповых и индивидуальных выступлений актеров, певцов, торговля авторскими и смежными правами, создание музыкальных и видео-клипов, рекламных фильмов, буклетов, афиш, проспектов и прочего. По мнению многих деятелей от искусства, рыночные отношения – единственный способ «сделать» культуру конкурентоспособной [1,10-12]. Особенно это очевидно в классических видах искусства, таких как цирковое искусство.

Развитие малого предпринимательства в области культуры и искусства весьма актуальна, так как талантов у нас, как известно, не мало, а профессиональных менеджеров в этой области не хватает. Кроме этого, в условиях реформ, которые предлагаются правительством страны, цель которых - максимально сократить бюджетное финансирование, в том числе и на культуру, подобная проблема встает остро. Она становится актуальной не только для талантов-одиночек, но и для целых творческих коллективов, которые попадут в результате реформ в весьма незавидное положение. Те, кто не найдет в себе силы заниматься предпринимательством просто будут обречены. Все это определило актуальность темы исследований.

Исследование проблемы. Предпринимательство в сфере культуры и искусства является субъектом экономики народного хозяйства, а значит, подлежит возможности рыночного ее регулирования. На современном этапе цирк относится к дорогостоящему виду искусств. Если строить собственный бизнес на цирке, то для начала необходимо вложить в него довольно немалую сумму, учитывая то, что только оформление одной программы (пошив костюмов, реквизит и т.п.) может обойтись в полмиллиона долларов. Любой цирковой спектакль — дело затратное. Если брать, к примеру, спектакль, поставленный в цирке шапито, то в среднем нужно рассчитывать, что придется потратиться не меньше 250 тысяч долларов. Эта цифра может достигать и несколько десятков миллионов, если речь идет о редких экзотических животных или сложнейших технических решениях. Однако все затраты при хорошем просчете окупаются, учитывая то, что они являются разовыми[2,5,6].

В зарубежной научной литературе бизнес-предпринимательство рассматривается как деятельность, направленная на получение прибыли путем создания и реализации определенной продукции или услуг («Business management» — управление бизнесом, управление коммерческой деятельностью). Известно, что обеспечение конкурентоспособности товара, услуг невозможно без учета требований рынка, состояния сложившейся конъюнктуры, емкости рынка, уровня цен на данный товар или его аналог основных фирм-конкурентов и в целом уровня конкуренции.

В настоящее время в цирковом шоу-бизнесе конкуренция между субъектами слабая, причиной которой является организационная структура. Весь мир все больше переполняют частные цирки. В России частный цирк пока еще редкость, самая крупная из которых - Московский цирк на Цветном бульваре им. Ю.Никулина. Сегодня подавляющее большинство артистов цирка работают в одной из трех цирковых организаций, а ядром цирковой системы России остается Российская государственная цирковая компания, которая в настоящее время функционирует в организационно-правовой форме федерального казенного предприятия, распоряжающегося имуществом, закрепленным за ним на праве оперативного управления[2,3,4].

Также одной из проблем цирковой деятельности являются кадры. В основном, в цирк требуются молодые и энергичные люди. Помимо субъектов, профессионально занимающихся цирковой деятельностью, существуют цирковые кружки, студии, любительские цирковые коллективы. Однако любительское цирковое движение не получает должной поддержки со стороны государства и профессиональных цирков. Добиться конкурентоспособности выпускаемого продукта или услуги не возможно без учета требований и пожеланий потребителей. Мониторинг цирковых номеров показал, что их степень обновления крайне низка.

Бизнес-предпринимательство – эффективное производство и реализация товаров и услуг, где главная цель – прибыль. Цирковое представление – это особенный вид культурного продукта, созданного в сфере культурно-развлекательных услуг. Как экономическая категория, он обладает достаточно емким содержанием: с одной стороны результат творческой работы, который несет на себе персональную/авторскую печать, являются носителями самобытности, культурных ценностей, а с другой стороны является фактором экономического и социального развития. Данное определение фактически отражает восприятие циркового продукта производителями, для которых цирковой продукт – это совокупный (комплексный) продукт вещественных (предметов потребления), невещественных (в форме услуги) потребительных стоимостей, необходимых для удовлетворения потребностей зрителя, возникших в период его проведения досуга, и затрат, связанных с его производством, реализацией и формирующих цену [8,5]. Цена на цирковой продукт определяется методом нормативной калькуляции (это определение стоимости одной единицы циркового номера/цирковое представление) и включает расходы на людей, сопровождающих труппу по маршруту. Прибыль закладывается в цену циркового продукта, устанавливается цирковой компанией в процентах себестоимости затрат (от 5 до 70 %, зависит от спроса).

Необходимо отличать цирковой продукт от услуги культурно-массового представления. В отличие от услуг культурно-массового представления цирковое представление как культурный продукт принимает форму товара и характеризуется такими свойствами, как:

1. Потребительская стоимость. Основными потребительскими свойствами и характеристиками циркового продукта являются: уровень качества, комфорт, престиж, экономичность, безопасность, впечатление.

2. Экономическая стоимость, затраты пошедшие на производство и реализацию продукта.

Одним из наиболее важных маркетинговых решений является решение относительно установления цены на товар. Цена отражает то, как потребители воспринимают продукт. Спрос на культурно-развлекательные услуги и продукт сферы этой деятельности подтверждается платежеспособностью рекреационных потребностей людей, выраженных в определенном количестве цирковых представлений как продукта и сопряженных услуг, которые потребители могут приобрести при определенных ценах на билеты. Основой спроса продукта циркового искусства является потребность человека в отдыхе, посещать цирк и другие зрелищные представления. На рынке культурно-развлекательных услуг применяют дифференцированные цены. Дифференциация цен может проводиться в зависимости от времени, сегмента рынка и формы оплаты (при оплате в минимальный срок – скидки).

Конкуренция - взаимная борьба предприятий за монопольное/лучшее положение на рынке культурно-развлекательных услуг. Цирк — это настоящее зрелищное реалити-шоу, нужно лишь правильно преподнести его зрителю, а для эффективного продвижения циркового продукта нужна реклама. На сегодняшний день телевидение остается самым эффективным способом продвижения циркового продукта. Но, к сожалению, на телевидении и в печатных СМИ количество информации о цирковой деятельности минимальное, поэтому человек имеет слабое представление о том, за что нужно платить деньги.

Вывод

Предпринимательство в сфере шоу-бизнеса - это освоение положительного опыта, с применением высокотехнологических современных технологий менеджмента и маркетинга в сфере культурных услуг. Это определение отражается в разработке нового циркового номера, который начинается с поиска идей. Цирковой номер-

первичная единица циркового продукта, реализуемая зрителю как единое целое, продукт труда цирковых сценаристов на определенный гастрольный маршрут, в конкретные сроки и с определенным комплексом услуг. Поиск идей предполагает определение зрелищных потребностей зрителя, его психологическое и нравственное удовлетворение. Предпринимательство связано с риском. Предпринимательский риск – потенциальная опасность потери ресурсов или не до получения прибыли. Для того, чтобы снизить предпринимательский риск в шоу-бизнесе следует провести подробный анализ целевого рынка, планирование позиции циркового продукта, объема сбыта, доли рынка и целевой прибыли. Рынок шоу-бизнеса анализируется по трем основным критериям: а) рыночными возможностями, открываемых продуктом-новинкой; б) возможностями цирковой компанией; в) соотношению имеющихся перспектив с целями предприятия.

Цирковая Российская компания обладает большими и разнообразными цирковыми номерами, которые привлекали и привлекают к себе внимание иностранных и отечественных зрителей. Организация въездных цирковых представлений предполагает наличие прямого и опосредованного каналов продвижения российского циркового продукта.

Кроме того, в настоящее время цирк тесно связан с театром и эстрадой, поэтому возможно сделать выступления более разнообразными и не только по отношению к самому номеру, а и к самому артисту. Использование предпринимательства в сфере циркового искусства позволит решить выше указанные проблемы и с наименьшими затратами продвинуть цирковой продукт на рынок шоу-бизнеса, обеспечив при этом его высокое качество.

Предпринимательство в шоу-бизнесе — это производство собственной художественной продукции с последующим продвижением ее на рынок культурных услуг. Подводя итог проведенным исследованиям, для повышения эффективной деятельности циркового предпринимательства и его конкурентоспособности в шоу-бизнесе можно выделить следующие направления:

1. Расширить рекламу циркового искусства среди населения;
2. Повышение доступности цирковых услуг для населения;
3. Расширение зрительской аудитории, создавая телепередачи;
4. Создать условия для открытия частных цирков с целью ликвидации монополии;
5. Совершенствование системы профессиональной подготовки и переподготовки кадров.

Список используемых источников информации

1. Антилов, А. И. Проблемы малого предпринимательства в национальной экономике / А. И. Антилов // Актуальные проблемы современной науки. – 2006. – № 6. – С. 14 – 22.
2. Викентьев И.Л. Приемы рекламы и public relations. Часть 1. СПб.: ТРИЗ-ШАНС, 2001. Москва, «Финансы и статистика», 2003 год.
3. Демидова, Л. Сфера услуг России : трудный путь модернизации / Л. Демидова // Мировая экономика и международные отношения. – 2008. – № 2. – С. 38 – 50.
4. Коналов А. «Маленькие секреты большого шоу-бизнеса», Санкт-Петербург, «Питер», 2004 год.
5. Концепция развития циркового дела в Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.docs.pravo.ru/document/view/22485862/21935792.html>.
6. Пригожин И.В. Политика – вершина шоу-бизнеса. М.: Алкигамма, 2001.
7. Улучшить инструменты предприятия кризисного управления: (монография) / научный ред. Г.С. Мерзликина - Волгоград: ВолГТУ, 2013. 165С.
8. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью. Теория и практика. М.: Дело, 2003.
9. Шмидт Л.А. Инновационные технологии в сфере Шоу-Бизнеса/ Современные направления теоретических и прикладных исследований 2012: сб. науч. тр. SWORLD материалы международной научно-практической конференции- Выпуск 1. Том 9.- Одесса, 2012- С.41-44.

Юханова И. Ю.

Роль лидера в построении эффективного промышленного предприятия

*Тамбовский государственный технический университет
(Россия, Тамбов)*

doi:10.18411/spc-22-11-2016-06

idsp: 000001:spc-22-11-2016-06

Аннотация

В статье рассмотрена роль лидера в развитии предприятия. Проанализированы стили лидерства, сформулированные Р. Лайкертом. На примере основателя ведущего предприятия российской лёгкой промышленности «Глория Джинс» показана роль лидера в построении эффективного бизнеса.

Ключевые слова: лидер, менеджер, промышленное предприятие, продуктовая команда, стили лидерства, эффективное предприятие.

Yukhanova I. Yu.

Tambov State Technical University

The role of the leader in the construction of an efficient industrial enterprise

Abstract:

The paper views the role of the leader in the development of the enterprise. The paper analyzes leadership styles formulated by R. Likert. The paper shows the role of the leader in the construction of the effective business with the example of the founder of the leading enterprise of the Russian light industry "Gloria Jeans".

В условиях конкуренции со стороны азиатских производителей промышленной продукции в начале 2000-х годов теоретики западного направления менеджмента начали искать новые источники для развития бизнеса. Одним из таких направлений стало глубинное изучение вопросов лидерства. После десятилетий концентрации на технологиях управления исследователи менеджмента пришли к выводу, что руководителю мало быть подкованным в теории менеджмента, главное - чтоб он стал лидером на своём предприятии. Лидерство – это управленческие взаимоотношения между руководителем и подчинёнными, в ходе которых лидер ведёт за собой свою команду для достижения определённых целей. Основная задача лидера – мотивировать каждого работника на выполнение максимума. Лидер должен вдохновлять своих подчиненных на достижение высоких результатов. Ему необходимо быть отличным психологом, чтоб найти подход к каждому работнику. У лидера особый тип мышления, он должен обладать харизмой, способностью к убеждению.

Следует различать такие понятия как «лидер» и «менеджер» на промышленном предприятии. Менеджер является руководителем отдела, цеха, службы, следит за выполнением работы других и несёт персональную ответственность за её результат. Лидер вдохновляет работников, вселяет в них позитив, позволяет им видеть будущее, помогает адаптироваться к новому. Лидерство – это психологический феномен, а менеджмент – социальный. В этом заключается основное различие этих двух понятий. Но у лидера и менеджера наблюдается и много общего: они реализуют социальное влияние в коллективе (менеджер направляет работников по официальным каналам, а лидер по неофициальным), обоим свойственна субординация отношений. Сегодня владельцы компаний при подборе топ-менеджеров должны в первую очередь выбирать кандидатов с ярко выраженными лидерскими качествами, чтобы объединить в одном лице понятие «лидер» и «менеджер». Находкой для предприятия станет лидер, который возглавит продуктовую команду. Такая команда включает в себя работников коммерческой, инженерной, производственной службы. Работая над продвижением продукта лидер сможет раскрыть свой потенциал. Результатом его деятельности будет увеличение доли рынка и/или рост продаж (в зависимости от поставленной цели).

Лидер может осуществлять свои действия в различных стилях. Стиль лидерства – это стабильная система приёмов, методов, благодаря которым лидер влияет на коллектив. Американский социальный психолог Ренсис Лайкерт (Rensis Likert) выделял четыре стиля лидерства, которые позволяют подчиненным сотрудникам участвовать в принятии решений:

- Эксплуататорско-авторитарный. Менеджер свое решение навязывает подчиненным. Мотивация осуществляется с помощью угроз. Основную ответственность за принятие решений несут топ-менеджеры, руководители среднего и низшего уровня отстранены как от самостоятельного принятия решений, так и за ответственность за их реализацию. В компании практически отсутствуют вертикальные и горизонтальные коммуникации.
- Благожелательно-авторитарный. Менеджер относится к подчиненным снисходительно, мотивация происходит на основе вознаграждения. Управленческий персонал несет определенную ответственность, за решения в отношении задач среднего уровня. Коммуникации находятся на низком уровне. Внутригрупповая деятельность ограничена.
- Консультативно-демократический. Менеджеры обсуждают пути развития компании с подчиненными и прилагают усилия к использованию конструктивных предложений. Мотивация осуществляется не только за счет вознаграждения, но и за счет подключения к выработке решений. Значительная часть управленцев ощущают свою ответственность за достижение целей компании. Происходят вертикальные коммуникации – сверху вниз и снизу вверх. Кроме того отмечаются средние возможности групповой работы.
- Демократический (система группового участия). Менеджеры полностью доверяют подчиненным. Мотивация – за счет экономического и морально-психологического вознаграждения, основанного на целях организации. Персонал на всех уровнях чувствует реальную ответственность за цели организации. Осуществляется множество коммуникабельных связей и большие возможности групповой работы.

Приведённый анализ стилей лидерства показывает, что в настоящее время наиболее востребованным является демократический стиль лидерства. Время авторитарного стиля управления постепенно уходит. Именно энергетическое лидерство будет главным отличием успешной компании от средней. Демократический стиль руководства позволяет эффективно управлять промышленным предприятием в условиях глобализации экономических связей, постоянных изменений внешней и внутренней среды. В настоящее время структура управления организацией должна быть подвижной, способной к изменениям, чтобы отвечать на вызовы конкурентов. Авторитарный же стиль руководства обычно опирается на жёстко регламентированную иерархическую структуру, которая не позволяет оперативно справляться с решением новых задач и реагировать на стремительные перемены во внешней среде.

Длительное время в менеджменте разрабатывались методики построения корпоративных систем, настроенных на стандартизацию бизнес-процессов внутри организации. Результатом этого стала ненужность выдающихся, талантливых людей, которые являются двигателем любого бизнеса. В настоящее время исследователи менеджмента разрабатывают способы раскрытия сильных сторон каждого работника. Они уходят от модели, в которой сотрудник просто часть механизма, и в любой момент может быть заменён. Сейчас центр сосредоточенности переносится собственно на человека, именно он делает предприятие прибыльным или убыточным. Как сказал Б. Гейтс «если бы из Microsoft ушли 20 человек, то компании грозило бы банкротство».

«Эффективная организация – это искусство достижения необыкновенных результатов с помощью обыкновенных людей. В наше время инновации в этой сфере означают создание условий для постоянного потока творческих идей, а не запуск поточного производства очередного стандартизированного товара или услуги»[1].

В настоящее время для эффективной работы организации необходим лидер, который будет строить отношения типа «лидер-последователь». Директорам-мессиям (диктаторам), которые добиваются дисциплины силой (страхом), обычно не удаётся достичь долгосрочных результатов. Лидера должно интересовать всё, что может укрепить его организацию. Он не должен обманывать себя и своих сотрудников, не нужно ставить целей, которых невозможно достичь. Цель должна быть реальной, достижимой, конкретной и связана с результатом. Она не должна быть легко выполнимой. Для её достижения необходим вызов. Если компания достигнет такой цели, то топ менеджер получит настоящее наслаждение от результата и сумеет продолжать дальше вдохновлять своих сотрудников на новые свершения.

Возникает особая синергия, когда лидером промышленной компании является ее собственник. Наглядным примером такого руководителя является Владимир Мельников, основатель и генеральный директор компании «Глория Джинс» с оборотом более 30 миллиардов рублей, аналитическому обзору деятельности, которой посвятил статью журнал «Эксперт».

В настоящее время «Глория Джинс» самый большой российский ритейлер и лидер по эффективности бизнеса в сегменте одежда, по объемам продаж, по динамике выручки и числу магазинов. Сейчас компания находится в шаге от нового будущего – полномасштабного выхода на мировой рынок.

Первопроходцем в развитии отечественной модной индустрии Владимир Мельников стал благодаря парадоксальному сочетанию религиозного мировоззрения и деловой хватки. Успех компании связан с его личным участием в подготовке коллекций дизайнерскими центрами. Зачастую по итогам обсуждений основополагающие решения принимаются в течение минут вместо обычных дней или месяцев в других компаниях.

Мельников как собственник не нуждается в многочисленных согласованиях с вышестоящим менеджментом, советом директоров. Скорость принятия решений – ключевой фактор успеха и конкурентоспособности предприятия в современном мире. Менеджер – собственник это уникальная возможность для реализации идей, в которые он верит.

Культура личной, кровной заинтересованности и педантичного вникания в детали распространилась, интегрировалась и внедрилась в дух руководства компании. Весь российский топ - менеджмент представлен сотрудниками, которых компания растила долги годы.

Как показывает история, крупные стремительно растущие корпорации долгие годы остаются успешными при сохранении «ремесленного» мышления, когда ведущие сотрудники заинтересованы в их процветании, и во многом такое мышление – залог развития и роста.[4]

Владимир Мельников умеет подбирать, а главное, удерживать специалистов, усиливая конкурентное преимущество вертикальной интеграции.

Таким образом, для получения результата лидеру необходимо создать свою команду. Команды на много эффективнее, чем отдельные люди. Лидер должен ответить на все вопросы, которые интересуют его сотрудников, а после перейти к конкретным действиям, которые будут подкреплять и воодушевлять работников. Сотрудники должны выполнять свою работу с удовольствием, тогда вероятность достижения поставленных целейкратно возрастает.

Мы убедились, что роль лидера в построении эффективного предприятия сложно переоценить.

Список используемых источников информации

1. Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк навсегда: Капитализм в удовольствие / К. Нордстрем, Й. Риддерстрале; пер. с англ. К.Вагнер; Стокгольмская школа экономики. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008 – 328с
 2. Риддерстрале Й. Корпорация: перезагрузка как Лидеры управляют изменениями / Й. Риддерстрале, М. Вилкос; BestBusinessBooks, 2012 – 278с
 3. Коэн А. Р. Курс МВА по менеджменту: пер. с англ./ А. Р. Коэн –М.: Альпина Бизнес Букс, 2004 – 507с.
 4. Жизнь на сверхскоростях [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://expert.ru/expert/2016/43/>
-

РАЗДЕЛ VI. ФИЛОЛОГИЯ

Ледовской А.В.

Жанрово-типологические характеристики учебно-научного географического текста

*Северо-Кавказский федеральный университет
(Россия, Ставрополь)*

doi:10.18411/spc-22-11-2016-07

idsp: 000001:spc-22-11-2016-07

Географическая наука в современном мире, несмотря на кажущуюся изученность данной области, остается значимым полем для реализации неослабевающего исследовательского интереса. Еще эпоха Великих географических открытий дала толчок к изучению, в частности, культурных и языковых особенностей не известных ранее стран. Появлялись труды, описывающие эти особенности, которые со временем только пополнялись новым фактическим материалом и расширялись в научном плане.

Особенно актуальным становится взаимодействие различных научных школ, представляющих многообразные взгляды на окружающий мир. По мере развития самой науки происходит динамика, обогащение и трансформация языковых средств, выражающих новое знание, новую трактовку давно известных фактов. Важным оказывается и тот факт, что на каждом этапе развития науки накопленные знания излагаются не только в научных монографиях и справочниках, но и в учебниках и учебных пособиях, нацеленных на формирование определенной картины мира у обучающихся и обладающих своей собственной прагматикой и, соответственно, особыми речевыми приемами.

Со временем многие жанры претерпевают значительные изменения, что касается также и учебного текста. Эти изменения можно выявить, рассматривая современные учебные и учебно-научные тексты с точки зрения их лингвистической и транслатологической специфики в рамках общей теории перевода.

Необходимо также отметить, что сложность географических исследований состоит в том, что взгляды на одни и те же аспекты ученых и исследователей разных регионов мира могут различаться, что не может не отразиться на отборе учебного материала и способе его подачи в учебно-научном тексте, написанном на том или ином языке. Сам же учебно-научный текст на нынешнем этапе его можно рассматривать как один из самых востребованных и в то же время вариативных жанров в языковом плане.

Несмотря на свою прагматически обусловленную вариативность, учебно-научный текст сохраняет основные характеристики научного функционального стиля, реализуя при этом особую композиционно-речевую структуру. Научный стиль представляет научную сферу общения и речевой деятельности, связанную с реализацией науки как формы общественного сознания; отражает теоретическое мышление, выступающее в понятийно-логической форме, для которого характерны объективность и отвлечение от конкретного и случайного (поскольку назначение науки – вскрыть закономерности), логическая доказательность и последовательность изложения (как воплощение динамики мышления в суждениях и умозаключениях). Общая цель научной речи – сообщение нового знания о действительности и доказательство ее истинности. Научный стиль в письменной форме представлен в

разных жанрах научной литературы: монографиях, статьях, учебниках и т.д. (Кожина, 2006: 242-248). Считается, что целью научного и учебно-научного текста является выражение авторской концепции научной картины мира. Это значит, что каждый научный текст должен вести к расширению и изменению общей картины мира как у автора, так и у адресанта.

Лексику научной речи составляют три основных пласта: общеупотребительные слова, общенаучные и термины (Солганик, 2005: 184-189). Наиболее характерной частью специальной лексики являются термины. Термин – это слово или словосочетание, которое обозначает то или иное понятие из какой-либо специальной области научного знания или практической деятельности. Иногда в научном тексте мы наблюдаем некоторые особенности стиля изложения, имеющие национально обусловленный, культурно-конвенциональный характер (Тюленев, 2004: 222).

О жанрово-типологической неоднородности текстов научного стиля пишет Н.С. Валгина: «Научная (специальная) литература, ориентированная на использование научного стиля речи, представляет сложное образование: собственно научные тексты (научно-технические, научно-гуманитарные, естественнонаучные), научно-популярные, учебные. В стилевом отношении различаются и жанровые разновидности: монография, статья, тезисы, реферат, учебник, учебное пособие, сборники упражнений, задач и др.» (Валгина, 2004: 195).

Теперь обратимся к характеристике учебно-научного текста. К этому типу мы относим тексты любых учебников, учебных пособий и руководств, а также тексты специальных энциклопедий, построенных по тематическому принципу и рассчитанных на будущих специалистов.

Большинство учебников предназначено для того, чтобы читателю был передан довольно большой объем систематизированных сведений с целью повысить уровень его профессиональной компетентности. Следует отметить, что хотя в подавляющем большинстве случаев реципиент текста учебника – групповой, в текстовой культуре каждого народа существует определенное количество общеобразовательных учебников, предназначенных для любого человека (коллективный реципиент).

При всей своей специфичности учебные тексты не должны утрачивать научный стиль изложения, в них должно соблюдаться равновесие в использовании специфических и неспецифических средств, включая лексические, а также чувство «соразмерности», сообразности излагаемого материала свойствам адресата (Шпыгарь, 2007: 3-4).

Текст учебника, так же как и научный текст, специализирован на передаче когнитивной информации. Мы находим в нем все те же средства ее передачи, но в упрощенной форме: 1) плотность информации распределена в тексте учебника несколько иначе, чем в научном тексте (формулы, схемы, графики); 2) в учебнике термины обладают всеми своими характерными признаками (однозначность, нейтральность, независимость от контекста); 3) объем лексики общенаучного описания составляет основной фон терминов, но к ней добавляется значительный процент лексики общенационального языка; 4) языковые средства, обеспечивающие объективность изложения, представлены широко; 5) количество сложных слов и словообразовательных моделей с абстрактной семантикой значительно по сравнению со многими другими типами текста, но оно меньше, чем в научном тексте; 6) сложность и разнообразие синтаксических структур меньше, чем в научном тексте; 7) количество средств формальной когезии несколько меньше, зато выше уровень ассоциативной

связности текста; 8) графические средства логической организации текста отличаются значительно большим разнообразием по сравнению с научным текстом. К уже названным при характеристике научного текста добавляются: подчеркивание, заключение фрагмента текста в рамку, вынесение его на поля, цветовое выделение фрагмента текста.

Эмоциональная информация в учебном тексте представлена шире, чем в научном (например, в русском: «крупнейший», «замечательный», «эпохальное открытие» и пр.). Эмоциональную информацию несут также приемы прямого обращения к читателю, побуждающие его к восприятию когнитивной информации: побудительные предложения, риторические вопросы и т. п. («Давайте вместе задумаемся о том...», «Как вы думаете...» и др.).

Таким образом, коммуникативное задание учебно-научного текста заключается в сообщении реципиенту новых для него сведений в облегченной форме. Часть нагрузки по адаптации текста берет на себя эмоциональная информация (Алексеева, 2004: 270-271).

В качестве материала исследования мы выбрали текст географической тематики, а именно, учебное пособие американского автора Джозефа Дж. Хоббса «Региональная география мира», шестое издание (Joseph J. Hobbs “World Regional Geography”, sixth edition) (2006) и российский учебник «Географическая картина мира», книга 1 «Общая характеристика мира» и книга 2 «Региональная характеристика мира» (автор – Максаковский Владимир Павлович) (2008), которую в общих чертах можно посчитать аналогом американского издания. В учебнике Дж. Хоббса материал представлен в одной книге, начиная с общего обзора понятия «география» и рассмотрения общей теории данного предмета и заканчивая описанием регионального разделения мира. Материал В.П. Максаковского, в свою очередь, разделен на две книги: в первой рассматривается география как наука и то, что она изучает, вторая книга описывает распределение мира по регионам с позиций российского регионоведения. У обеих книг явно одна и та же цель – предоставить материал в легкой и доступной для понимания обучающегося форме в соответствии с нормами учебно-научного текста. Если рассматривать тексты двух вариантов, американского и российского, то можно заметить как явные черты сходства, так и различия.

Различия состоят в подаче материала, американский автор ведет с читателем некий диалог, использует обращения и выражает свое собственное видение мира: «My personal experience...», «I have been able to put...», «where I can also tap...», «...readers will notice that I offer...», «Most of you reading this book are in that group» и др. В российском же издании материал подается от третьего лица, без употребления личных местоимений и обращений, часто используются пассивные конструкции: «...количество стран в мире постоянно возрастало...», «Таблица 1 наглядно отражает...», «...к числу микросоциальных относятся...», «...член-корреспондент РАН В.В. Вольский под типом страны понимал...», «...ученые-географы уже давно работают над...» и др. Так как оба текста являются научными, они насыщены специальными терминами: собственно «Geography», «aridity», «vernacular or perceptual regions», «ethnogeographies», «circumference», «stadia» и др.; «География», «империализм», «колония», «протекторат», «суверенные государства» и др. Отметим частое использование вводных слов и конструкций, что также присуще научному и учебно-научному стилям: «incidentally», «instead», «however», «for example»,

«probably»; «например», «впрочем», «иными словами», «напротив», «в самом деле» и др.

Неотъемлемой чертой учебно-научного текста географического направления является присутствие в тексте географических названий, или топонимов. Здесь их можно перечислять до бесконечности, просто скажем, что сюда войдут названия государств, городов, регионов, штатов, территорий и прочего.

Таким образом, при рассмотрении жанрово-типологических характеристик учебно-научного географического текста нами было выявлено, что такие тексты имеют свои особенности, однако, несмотря на педагогическое предназначение и особую роль в формировании кругозора читателя, сохраняют зафиксированные в канонических описаниях и дефинициях основные черты научного – и учебно-научного в частности – текста.

Вопрос о культурно-конвенциональном характере различий между англо- и русскоязычными учебно-научными текстами по географии, содержанием и типологией названных различий еще потребует дальнейшей разработки в ходе сравнительно-сопоставительного исследования, однако уже сейчас мы можем отметить, что в общих своих чертах названные тексты полностью соответствуют требованиям, предъявляемым к текстам, выполняющим функцию передачи обучающемуся научной информации.

Список используемых источников информации

1. Алексеева И. С. Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.
2. Валгина Н.С. Теория текста: Учебное пособие. – М.: Логос, 2004. – 280 с.
3. Кожина М. Н. Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под ред. М.Н. Кожинной. – М.: Флинта: Наука, 2003; 2-е изд. 2006. – 696 с.
4. Максаковский В. П. Географическая картина мира, книга 1, 4-е изд. – М.: Дрофа, 2008. – 495 стр.
5. Максаковский В. П. Географическая картина мира, книга 2, 4-е изд. – М.: Дрофа, 2009. – 480 стр.
6. Солганик Г.Я. Стилистика текста: Учеб. пособие. 6-е изд. – М.: Флинта: Наука, 2005. – 256 с.
7. Тюленев С. В. Теория перевода: Учебное пособие. – М.: Гардарики, 2004. – 336 с.
8. Шпыгарь Е. В. Лингвистическая аспектность учебно-научных текстов по экономике: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Елена Вячеславовна Шпыгарь. – Краснодар, 2007. – 23 с.
9. Hobbs J.J. World Regional Geography. Cartography by Andrew Dolan. 6th edition. – University of Missouri: Brooks/Cole, Cengage Learning, 2009. – 727 p.

Цаголова В.А.

Ассоциативно-образные компоненты в структуре эмоционального концепта “Angst”

*Северо-Кавказское суворовское военное училище
(Россия, Владикавказ)*

doi:10.18411/spc-22-11-2016-08

idsp: 000001:spc-22-11-2016-08

Эмоциональный концепт “Angst” в немецкоязычном художественном дискурсе ассоциируется с *приглушенностью, неподвижностью, стремительностью, интенсивностью, холодом, перемещением, тяжестью, неконтролируемостью, непродолжительностью, птицами, человеком (персонификация).*

Приглушенность. *Например:* Orlow zuckte zusammen. Er war schneeweiß geworden [3, с. 98] или: Der Rechtsanwalt war weiß wie die Wand und sprach fast tonlos, als wolle er dokumentieren, dass es eigentlich nicht er war, der da sprach [4, с. 29].

Неподвижность. *Например:* Plötzlich aber, mit einem Ruck, einem kurzen, krampfhaften Aufatmen, blieb er gefesselt stehen, und unter heftig zusammengezogenen

Brauen startten seine erweiterten Augen mit dem Ausdruck entsetzter Abwehr geradeaus [2, c. 76].

Стремительность. *Например:* Zwei Junkies waren beim Anblick der Kanone so erschrocken, dass sie sofort das Weite suchten [4, c. 54] или: Eine Frau schrie gellend um Hilfe und rannte durch den Torbogen hinaus [3, c. 329].

Интенсивность. *Например:* Diese plötzliche Vertraulichkeit war mir unangenehm, ja sie entsetzte mich, ich erschrak bis hinab in das Unterste meines Herzens [5, c. 277].

Холод. *Например:* Das ist es 24 Jahre her, und doch, wenn ich an diesen Augenblick, da ich dort, niedergepeitscht von seinem Hohn, vor tausend fremden Menschen stand, mich erinnere, wird mir das Blut kalt in den Adern [5, c. 306] или: Der eisige Schrecken, der mich durchfuhr, dauerte nur einen Augenblick [4, c. 88].

Перемещение. *Например:* Die Träger kamen mit ihrer Bahre. Frida huschte mit ihnen herein. In einer Art Gier starrte sie Hasses kläglichen Körper an. Sie hatte rote Flecken im Gesicht und schwitzte. “Was wollen Sie hier?” fragte der ältere Beamte grob. Sie fuhr zurück. “Ich muss doch meine Aussage machen”, stotterte sie. “Raus!” sagte der Beamte [3, c. 284].

Тяжесть. *Например:* “Dazwischen liegt der Krieg”, dachte Karl. Er empfand Angstdruck über dem Magen. Freude und Ungeduld waren weg [1, c. 120].

Неконтролируемость. Ich spürte eine Sekunde keinen Boden unter den Füßen. Die Luft war wie Watte geklebt mir in der Lunge. Dann ging es vorüber, und ich fragte, so ruhig ich konnte, aber meine Stimme kam weit her, als fragte ein anderer [3, c. 289].

Непродолжительность. *Например:* Ein flüchtiges Angstgefühl überflog sie nur in der ersten Sekunde, da sie die Straße betrat, ein nervöser Schauer von rieselnder Kälte, wie wenn man die Fußspitze prüfend ins Wasser taucht, ehe man sich der Welle voll hingibt [5, c. 115].

Ассоциация с птицами. *Например:* “Jesus Christus” stammelte Mathilde und starrte mich aus roten Augen an. Ihr Schnurrbart zuckte, und ihre Augenlider klapperten wie bei einem alten Uhu [3, c. 15].

Персонификация. *Например:* Draußen aber stand schon die Angst, ungeduldig, sie anzufassen, und hemmte ihr so herrisch den Herzschlag, dass sie wie unbewusst die wenigen Stunden niederstieg [5, c. 107].

Все лексические средства, репрезентирующие выявленные ассоциативно-образные компоненты (АОК), представлены в следующей таблице:

АОК	Лексические средства репрезентации АОК
Приглушенность	blass, weiß, bleich, schwarz, sich verfärben, schneeweiss, kreideweiss, weiß wie Wand, sich verfärben
Неподвижность	stehenbleiben, starren, stillstehen, starrliegen, steif und erstarrt stehen, wie gefesselt stehen bleiben, wie angewurzelt stehen, wie auf Watte gehen, wie versteinert sein, einen Schreikrampf vor Angst bekommen, die Angst hemmt den Herzschlag
Стремительность	(davon)laufen, fliehen, (los)rennen, zurücklaufen, hinausrennen, rasch, mit einem Schritt das Weite suchen, mit einem Schwung, mit einem Satz, rasch, schnell
Интенсивность	ein heftiger Schreck, jammerliche Angst, mächtiger Schreck, tödlicher Schreck, eine furchtbare Angst, ein eiserner Schrecken, tierische Angst, eine stürmische Angst, tiefer Schrecken, mit gellem Erschrecken, die schlotternde Angst, tödlich erschreckt, kleine Angst,

	große Angst, eine grauenhafte Angst, jagende Angst, eilig, gellend, bis hinab in das Unterste des Herzens erschrecken, sofort das Weite suchen
Холод	kalt, eisig, eiskalt, frieren
Перемещение	rennen, rasen, aufspringen, zurückfahren
Тяжесть	fallen, zupressen, Druck, Gewicht
Неконтролируемость	keinen Boden unter den Füßen spüren
Непродолжительность	flüchtiges Angstgefühl
Птицы	wie ein alter Uhu
Человек (персонификация)	die Angst steht, ein Grauen schüttelt, eine stürmische Angst befällt, das Grauen schüttelt, das Grauen sitzt im Haus und rührt sich nicht, ein Schauer lief ihr durch die Glieder, die Angst kam zurück, unverständliche Angst stieß mich fort, ein furchtbarer Augenblick kommt, das Entsetzen fiel über mich, ein Schauer kommt, eine Angst überfiel mich

Список используемых источников информации

1. Die Verlobung Deutsche Liebesgeschichten aus sechs Jahrzehnten Verlag Philipp Reclam Jun. Leipzig 1980. – 540 S.
2. Mann, Thomas Novellen Издательство КАРО СПб 2008. - 300 с.
3. Remarque E.M. Drei Kameraden. Москва НВИ-ТЕЗАУРУС, 1998. - 390 с.
4. Zebrastrreifen Neue deutsche Literatur. – Moskau: Goethe-Institut, 2004. – 208 S.
5. Zweig, Stefan Novellen Verlag Progress Moskau 1964. – 455 S.

Научное издание

**Научный диалог:
Молодой ученый**

Сборник научных трудов, по материалам
международной научно-практической конференции
22 ноября 2016 г.



SPLN 001-000001-0073-E5