

на на органолептические, физико-химические и структурно-механические показатели качества мучных кондитерских изделий и установление оптимальной ее дозировки. При разработке рецептуры мучных кондитерских изделий, а именно, кекса творожного, применяли отходы переработки лимона, полученные после выжима сока и водной экстракции в ультразвуковом поле в технологии безалкогольных citrusовых напитков. Для получения порошка выжимы высушивали при температуре 60°C до влажности 10% с последующим измельчением и просеиванием через сито № 067.

Установлено, что добавка 15% цитрусового порошка от массы муки без изменения расхода аммония способствует улучшению потребительских характеристик выпеченного изделия. Влажность готового кекса выше влажности из-

готовленного по традиционной рецептуре на 2-3%; плотность уменьшилась на 8-10%. Экспериментальные образцы отличаются более развитой пористой структурой мякиша. Органолептические показатели изделия также изменились, кекс приобрел аромат и привкус лимона с легкой горчинкой. Средняя органолептическая оценка в баллах составила 4,7.

Таким образом, предлагаемая корректировка рецептуры позволяет получать мучные кондитерские изделия с повышенным содержанием пищевых волокон и высокими показателями качества. Применяемый для этого цитрусовый порошок является недорогой натуральной добавкой, сохраняющей аромат и вкус нативного сырья в течение длительного времени, удобной в применении и отличающейся высоким содержанием физиологически функциональных ингредиентов.

Филологические науки

ЭТНИЧЕСКАЯ ЯЗЫКОВАЯ ЛИЧНОСТЬ НА ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Акопян Л.А., Гурулева Т.Л.

ЗабГУ, Чума, e-mail: skripkary@yandex.ru

Языковой личностью является носитель языка, который охарактеризован на основе анализа сделанных им текстов с точки зрения применения в этих текстах системных средств этого языка, чтобы представить его видение окружающей действительности и возможно для достижения каких-то его целей (Караулов Ю.Н.).

Язык является главным носителем этнокультурных норм, функционируя в качестве внутриэтнического коммуникативного средства передачи традиций, информации об истории и культуре народа. Этнические группы находятся в непрерывном контакте. В полиэтничном обществе функционируют различные языки, которые влияют на содержание и формирование этнокультурных норм.

Любая языковая личность непременно относится к какой-либо этнической группе, которая и придает языку своеобразие и уникальность.

Однако язык, как ключ общения является постоянно развивающимся и динамичным явлением и обеспечивает не только коммуникацию на территории, населенной представителями какого-либо одного этноса. На приграничных территориях общение между представителями различных этносов неизбежно. Так получает свое развитие особая форма языка, которая называется пиджином.

Пиджин – упрощенный язык, который развивается как средство общения между двумя или более группами, не имеющими общего языка. Он чаще всего используется в таких ситуациях, как торговля, или там, где обе группы говорят на языках, отличных от языка страны, в которой они проживают. Пиджин не является родным языком любого языкового сообщества. Пиджин может быть построен из слов, звуков, или языка тела нескольких разных языков и культур.

Этническая языковая личность на приграничных территориях помимо присущих ей общих характеристик обладает способностью осуществления коммуникации в полиэтничном окружении с помощью пиджинов.

Химические науки

АНТИБАКТЕРИАЛЬНЫЕ СВОЙСТВА НЕКОТОРЫХ АММОНИЕВЫХ СОЛЕЙ, СОДЕРЖАЩИХ ХЛОРФЕНИЛКАРБОНИЛМЕТИЛЬНУЮ ГРУППУ

Гюльназарян А.Х., Саргсян Г.Т., Григорян Д.В., Степанян Г.М., Пароникян Р.В., Манукян М.О.

Институт органической химии НТЦ органической и фармацевтической химии НАН РА, Ереван, e-mail: NANRAIFOK54@mail.ru;

Институт тонкой органической химии НТЦ органической и фармацевтической химии НАН РА, Ереван

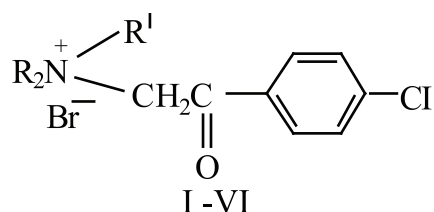
Несмотря на совершенствование профилактических и противо-эпидемических мероприя-

тий инфекционные заболевания остаются одной из самых острых медицинских и социальных проблем. Решение этих проблем тесно связано с применением эффективных дезинфектантов. Наблюдаемая высокая резистентность микроорганизмов в отношении применяемых средств осложняет задачу и требует изыскания новых бактерицидных соединений. В связи с этим химические методы борьбы с указанными возбудителями заболеваний продолжают совершенствоваться и остаются одними из наиболее эффективных. Требования, предъявляемые к искомым препаратам (высокая бактерицидная активность, широкий спектр действия, низкая токсичность, растворимость и т.д.) сужает круг

соединений, которые могут быть используемы в качестве дезинфицирующих средств.

К указанным требованиям отвечают поверхностно-активные четвертичные аммониевые соединения (ЧАС), активные в отношении патогенных и условно патогенных микроорганизмов [1].

В данной работе нами исследовано антибактериальное действие синтезированных ранее аммониевых солей (I-VI), содержащих п-хлорфенилкарбонилметильную группу [2, 3].



R = CH₃, R¹ = CH₂C₆H₅ (I), R = C₂H₅, R¹ = CH₂C₆H₅ (II), R = C₃H₇, R¹ = CH₂C₆H₅ (III),
R = CH₃, R¹ = CH₂CH=CH₂ (IV), R₂ = C₅H₁₀, R¹ = CH₂CH=CH₂ (V),
R = C₄H₈O, R¹ = CH₂CH=CH₂ (VI).

Антибактериальную активность соединений I-VI изучали методами «диффузии в агаре» и «двукратных серийных разведений» в мясо-пептидном бульоне (рН – 7.2-7.4) при бактериальной нагрузке 20 млн микробных тел на 1 мл среды [4, 5]. В опытах использовали грамположительные стафилококки (209 р, 1) грамотрицательные палочки (Sh. dysenteriae Flexneri 6858, E.Coli 0-55). Растворы исследуемых веществ готовили на 0,9% растворе хлорида натрия в концентрации 1:20. В чашки Петри с посевами испытуемых штаммов микроорганизмов наносили испытуемые вещества по 0.1 мл (5 мг вещества). Учет результатов проводили по диаметру (d, мм) зоны отсутствия роста микробов на месте нанесения вещества после суточного выращивания тест- культур в термостате при 37°C. Опыты повторялись не менее 3-х раз. Статистическую обработку проводили по методу Стьюдента-Фишера.

При методе серийных разведений на каждый подопытный микроорганизм составляли ряды по 7-8 пробирок, содержащих питательную среду с различными концентрациями испытуемых веществ, начиная с 1000 мкг/мл. Пробирки засеивали одинаковым количеством бактериальной взвеси, приготовленной из 18-часовой культуры микробов. Результаты опыта учитывали визуально, по интенсивности роста микробов после суточной инкубации в термостате при 37°C.

В качестве положительного контроля использовали известный лекарственный препарат фуразолидон [6] производства ОАО «Борисовский завод медицинских препаратов», Республика Беларусь, Борисово. Раствор фуразолидона готовили в ДМСО, с учетом количества чистого вещества в таблетках препарата.

Исследования антибактериальной активности соединений I-VI методом «диффузии в агаре» показали, что испытуемые вещества проявляют выраженную противомикробную активность в отношении грамположительных и грамотрицательных тест-культур, подавляя рост микроорганизмов в зоне диаметром 16-27 мм. Данные приведены в таблице. Однако по активности они несколько отличаются. Так, соединения I и II в отношении грамположительных микроорганизмов обладают равную с фуразолидоном высокой активностью (d=23-27 мм). Остальные же вещества оказывают одинаковое действие на грамположительные и грамотрицательные штаммы (d= 16-22 мм) и по активности несколько уступают контрольному препарату фуразолидону (d= 24-25 мм).

При изучении антибактериальной активности соединений I-VI методом «двукратных серийных разведений» установлено, что вещества I и II подавляют рост микроорганизмов в концентрации 500-1000 мкг / мл. Минимальная подвояющая концентрация (МПК) остальных веществ составляет более 1000 мкг/мл (таблица). В этом отношении испытуемые вещества существенно уступают контрольному препарату (МПК = 31,2 мкг / мл).

Таким образом, на основании полученных данных, несмотря на отсутствие четкой зависимости между химическим строением и биологической активностью испытуемых веществ, полученные результаты могут быть полезны для дальнейшего целенаправленного поиска новых активных препаратов в данном ряду.

Антибактериальная активность соединений I-VI

Соединение	Диаметр зоны угнетения роста (мм)					МПК (мкг/мл)
	Stapylococcus aureus 109 p	Sh.dysenteriae Flexneri 6858 I	E.Coli 0-55	Stapylococcus aureus 109p	Sh.dysenteriae Flexneri 6858	
I	27,5±0,6	21,0±0	23,5±1,0	18,3±0,6	500	1000
II	27,3±0,6	23,5±0,6	20,0±0	17,0±1,0	500	1000
III	22,0±1,0	17,6±0,6	19,3±0,6	18,3±0,6	>1000	>1000
IV	22,3±0,6	19,6±0,6	16,0±1,0	16,6±0,6	>1000	>1000
V	22,6±0	17,0±1,0	20,5±0,6	20,3±0,6	>1000	>1000
VI	22,0±0,6	16,3±0,6	16,0±0	19,6±0,6	>1000	>1000
Фуразол-идон	25,0±1,0	24,0±1,0	24,5±0,6	24,3±0,6	31,2	31,2

Список литературы

1. Валиков В.И. Антимикробные средства и методы дезинфекции. – М.: Медицина, 1977. – С. 296.
 2. Саргсян Г.Т., Бабаян Л.А., Карапетян В.Е., Григорян Дж.В., Паносян Г.А., Кочарян С.Т. // Хим. ж. Армении., 2004, Т. 57, № 3, С. 41.
 3. Саргсян Г.Т., Григорян Дж.В., Кочарян С.Т. // Хим. ж. Армении., 2001, Т. 54, № 3-4, С. 67.

4. Егоров Н.С. Основы учения об антибиотиках. – М.: Высшая школа, 1979. – С. 171.

5. Руководство по экспериментальному (доклиническому) изучению новых фармакологических веществ // под ред. Р.У. Хабриева. – М.: Медицина, 2005. – С. 264-270.

6. Машковский М.Д. Лекарственные средства. – М.: Новая волна, 2010. – С. 851.

Экономические науки

ОСОБЕННОСТИ БРЕНДБИЛДИНГА ТЕРРИТОРИЙ

Акопян Л.А., Гурулева Т.Л.

ЗабГУ, Чума, e-mail: skripkary@yandex.ru

В последнее время широчайшую популярность в экономике и менеджменте получил процесс создания бренда территории, называемый территориальным брендбилдингом. Брендбилдинг – это своего рода маркетинг в интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых заинтересована территория.

В первую очередь, процесс брендинга заключается в его стратегическом планировании, а соответственно и в постоянных изменениях, учитывающих потребительские предпочтения. Бренд ориентирован преимущественно на внешних по отношению к нему субъектов и должен соответствовать стратегическим задачам развития территории, способствуя привлечению к ней внимания организаций и людей, ресурсов и заказов, которые востребованы территорией, нужны ей и полезны для ее развития, и в первую очередь – инновационного развития.

Таким образом, цель брендинга территории – обеспечение присутствия данного бренда в информационном пространстве, обеспечение узнаваемости бренда, наделение конкретной территории силой влияния.

Следует выделить два основных этапа создания бренда: поиск и выделение отличий – создание своей собственной темы, идеи – миссии, цели; усиление отличий – возвеличивание мельчайших отличительных особенностей до тех пор, пока они не станут достаточно важными,

чтобы произвести впечатление на умы других людей.

Таким образом, брендинг территории способствует развитию инвестиционной привлекательности, росту репутационного капитала территории, позволяет культивировать чувство гордости за свой регион у его жителей и оказывает позитивное влияние на социальное самочувствие населения.

Исследование выполнено при поддержке Министерства образования и науки Российской Федерации, соглашение 14.В37.21.0704

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОНЛАЙН ГАЗЕТ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИЙ

Жидкова О.Н.

ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет экономики, статистики и информатики», Москва, e-mail: zhidkova73@mail.ru

Овладение коммуникативной и межкультурной компетенцией невозможно без практики общения, и использование ресурсов Интернет на занятии по иностранному языку в этом смысле просто незаменимо. В плане овладения межкультурной компетенцией онлайн-газета является незаменимым помощником. Она позволит учащимся окунуться в гущу мировых событий, происходящих практически в текущий момент, увидеть происходящее с различных точек зрения. Особенно ценными для аудиторной работы является ссылка – send us feedback, осуществляющая интеракцию читателя с изда-