Нами установлено, что показатели митотического индекса, интенсивности метки, показатели патологических митозов высокие, что может отражать большую интенсивность процессов репаративной регенерации, как клеточный уровень адаптации на повреждающее воздействие пластиночых протезов. Отмечается выраженная тенденция к ороговению эпителия десны, что может быть связано с проявлением защитной реакции на частые механические и химические раздражения во время жевания.

Показано, что длительное ношение пластиночных протезов вызывает воспалительные изменения в слизистой оболочке протезного ложа, в результате чего нарушаются процессы ороговения эпителиальных клеток, часто в исходе таких состояний наблюдается атрофия слизистой оболочки протезного ложа. Это может быть связано с тем, что защитно-барьерная роль слизистой оболочки протезного ложа принадлежит в большей степени гликогену, а, как известно, при увеличении сроков пользования пластинчатыми протезами происходит перераспределение гликогена в толще эпителия. Радиоавтографические методы исследования пролиферативных процессов вструктурах слизистой оболочки протезного ложа показали наличие суточных циркадных ритмов митотической активности.

Психологические науки

АСПЕКТЫ АНАЛИЗА КОММУНИКАЦИИ

Крюкова Г.М., Иванов Ю.А., Савельев В.С.
Иркутский государственный университет путей сообщения, Иркутск

Рациональное использование информации о мире и о себе позволяет выстраивать оптимальные схемы речевого и неречевого взаимодействия в каждой конкретной ситуации: человек адекватно оценивает ситуацию как сиюминутные - кратковременные - и постоянные или долговременные условия реализации собственных намерений и анализирует аспекты коммуникации, опираясь на собственный социокультурный опыт оперирования определенными знаковыми системами.

Коммуникация как успешное взаимодействие людей, направленное на получение и передачу информации, носит социальный характер. Это, во-первых, значит, что ценность информации, её объём, специфика представления и получения, как и интенсивность обмена информацией, связаны с особенностью жизнедеятельности определённой социальной группы. Во-вторых, само понятие «информация» для социальных групп связано с комплексом разных значений: для одной социальной группы определённый знак информативен, для другой - нет, в одном социуме он воспринимается положительно, в другом - негативно. В подлинной коммуникации (в идеальном варианте) банальные истины (трюизмы) не востребованы. Но в реальной ситуации для одного участника коммуникации сообщённая информация - трюизм, для другого - открытие. Молодым родителям нередко кажется, что дети говорят друг другу заведомые глупости. Однако именно эти «глупости» представляют собой не только необходимый для развития ребёнка опыт устноречевой деятельности (проговаривание того, что сказала мама и о чём напомнил папа), но нечто абсолютно новое для других -слушающих этого ребенка - малышей.

Анализ коммуникации в целом, как явления многокомпонентного и многоуровневого - требует от любой учебной аудитории лингвистической и социопсихологической подготовки.

Анализ коммуникации персонажей художественного текста основывается на литературоведческой компетенции, которая включает и лингвистические, культурологические, социопсихологические аспекты анализа текста.

Опорными моментами в современном анализе коммуникации служат параметры, которые «разводят» коммуникацию и общение на терминологическом уровне: в русскоязычном социуме эти слова не являются абсолютными синонимами. В этом социуме «духовная коммуникация» оказалась невостребованной, как не востребовано «рациональное общение», хотя мы привыкаем к словосочетанию «деловое общение», понимая под последним прежде всего актуальность обмена информацией, которую требуется активизировать для успешного решения проблем, не имеющих отношения к сфере сиюминутной личной жизни участников необходимой (но иногда жизненно важной) встречи. Общение не исключает сферы эмоций и чувственного опыта, оно претендует на уровень эмпатии, коннотативного восприятия информации, а сама востребованность информации в общении зависит от востребованности субъекта как приятного/неприятного человека.

Для подлинного общения процесс коммуникации - это уровень подсознательно воспринимаемой каждым субъектом информации, в которой мгновенно дешифруется каждый знак. Но коммуникация - это и предобщение, потому что на этом этапе предполагается знакомство с системами знаков и значений, которыми будут пользоваться участники встречи, являющиеся носителями определённых национально-культурных традиций и выразителями идей социума. Коммуникация - это уровень смыслового аспекта социального взаимодействия, необходимого для обмена информацией. Это конвенциональный уровень взаимодействия в социуме.

Смешение чувственного и логического, рационального и иррационального, философского и психологического, языкового, речевого и лингводидактического -характерная особенность современных дефиниций, которые создаются при попытке уточнить понятия «коммуникация» и «общение». Представляется, что при подобных попытках определить собственный подход к анализу объекта прежде всего нужно исходить из того, что оказалось предпочтительным для языкового сознания и языковой личности. Для языкового сознания в настоящее время ока-

залось предпочтительным создать и закрепить следующие словосочетания: межкультурная коммуникация, культура невербальной коммуникации, институт международного бизнеса и коммуникации, мобильные коммуникации, компьютеры и коммуникации, деловые коммуникации, лаборатория политических коммуникаций, агентство развития деловых коммуникаций. Понятие «коммуникация» оказывается «ближе» к понятию «технология» в последних из приведённых словосочетаний.

Базовый уровень анализа коммуникации предполагает развитие технологических способностей: а) представлять информацию в конкретной среде, б) оценивать успешность осуществлённых актов коммуникации в определённой среде. Развитие способностей анализировать коммуникацию связано с необходимостью планировать варианты представления актуальной для определённых коммуникантов информации, то есть такие способности востребованы во взаимодействии-общении, поскольку оптимальные варианты представления информации могут быть определены исходя из условий предстоящего общения.

Аспекты анализа коммуникации как технологии представления информации в определённом социуме связаны с установлением /выявлением определённых компонентов и соотношением/сравнением этих компонентов в коммуникации, характерной для другого социума. Параметры анализа предлагаются ниже.

1. Коммуникация - социопсихологически обусловленный процесс активизации информации.

2. Формы коммуникации: воображаемая (мысленная), устноречевая (аудиовизуальная контактная, телеаудиовизуальная, аудиодистантная - разговор по телефону), письменноречевая визуальная и невизуальная.

3. Средства коммуникации: а) система живого/мёртвого языка, системы двух и более языков; б) паралингвистика и кинестетика; в) вещественно-знаковая система.

4. Степени восприятия информации (понимания, когнитивной проницаемости, декодирования): а) информация, трактуемая однозначно (адекватно, то есть личностно-значимая), б) информация, требующая толкования, - метаязыковая.

5. По количеству участников коммуникация подразделяется на полилоговую (групповую, массовую) и диалоговую.

6. По доминирующему направлению движения информации коммуникация квалифицируется как адресатно-идентифицированная односторонняя (адресованная лицу или лицам, которые известны адресанту), адресатно-идентифицированная двусторонняя, адресатно-массовая односторонняя, адресатно-массовая двусторонняя (адресат хорошо известен, адресанты выступают под вымышленными именами, не расшифровывают своих имён и т.д.).

7. По информативности коммуникация может быть оценена как эффективная и малоэффективная.

8. По манере (стилю) представления информации коммуникация может быть формальной (официальной) и неформальной, корректной и нарушающей нормы этикета.

9. По технологии представления информации коммуникация может быть современной и несовременной.

Работа представлена на конференцию студентов и молодых ученых с международным участием «Международный форум молодых ученых и студентов», г. Антвлия, Турция, 17-24 августа, 2004 г.

Экономические науки

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Бугаян И.Р.
ГОУВПО Ростовский государственный экономический университет (РГЭУ)“РИНХ”, Ростов-на-Дону

В соотношении национальной стратегии и глобализации важно видеть причинно-следственную связь: глобализация – причина, национальная стратегия, приспособленная к ней, объективная необходимость и следствие. Бесплодны попытки приспособления к условиям современной глобализации на основе исторически-сложившейся в предшествующий период привычной национальной стратегии; еще хуже – деформирования ее, «насилия» над отдельными, непонравившимися формами проявления. Примеров тому предостаточно. Грешат рукоприкладством (Югославия, Ирак), как правило, страны, выигравшие от глобализации, которые мы привычно называем цивилизованными.

От чего государства, являющиеся генератором глобализации, начинают рубить сук, на котором сидят? Ответ на это вопрос предполагает экскурс в прошлое. Необходимо выявить закономерности изменения доминантных свойств факторов производства и, на этой основе, причины трансформации, исчезновения и возникновения этносов.

Как мы уже отмечали, причины возникновения новых этносов, связаны с переходом доминантных свойств от одного фактора производства к другому. Закономерность этих переходов такова: от посреднического предпринимательства, возникшего с появлением денег, доминирующие свойства перемещаются к труду, от труда к земле, от земли к капиталу, от капитала вновь к предпринимательству, но уже на основе другого доминантного товара (новых и информационных технологий), то есть товара, собственность на который позволяет присваивать прибавочный продукт. Затем весь цикл повторяется.

Новому циклу положил начало возврат доминирующих свойств к фактору производства - предпринимательство. В основе этого, начавшаяся в середина 50-х гг. XX в - научно-техническая революция и на-