

лаборатории биохимии и биотехнологии растений (зав. лаб. д.б.н. В.В. Володин) Института биологии Коми НЦ УрО РАН, на показатели белой крови кроликов самцов породы Шиншилла ($n=18$, возраст 1 год, масса $3,31 \pm 0,11$ кг). Показано, что через 2 ч после введения 20Е (в дозе 2,5 мг/кг 20Е, в/м однократно 0,3% 20Е в 0,9% NaCl) в крови кроликов повышается ($0,05 < P < 0,1$) фагоцитарная активность лейкоцитов, общее число гранулоцитов на 26%, за счет повышения на 35% нейтрофилов ($P < 0,05$), в основном сегментоядерных (на 40%), что является свидетельством активации элементов защитной системы крови; через 24 ч эффект 20Е на белую кровь аналогичен, но с дальнейшим увеличением ($P < 0,02$) фагоцитарной активности клеток. Таким образом, вскоре после введения 20Е возрастает функциональная активность лейкоцитов и увеличивается в течение суток. В связи с большой долей NaCl в растворе 20Е возникает вопрос об эффектах самого растворителя. Показано, что NaCl через 2 ч после введения практически не изменяет клеточный состав белой крови, однако вызывает тенденцию ($P < 0,4$) к увеличению фагоцитарной активности лейкоцитов; через 24 ч повышает ($P < 0,01$) общее число гранулоцитов на 52%, за счет нейтрофилов (60%), в основном сегментоядерных (68%), с дальнейшим увеличением ($0,05 < P < 0,1$) фагоцитарной активности. Присутствие же в растворе 0,3% 20Е сдвигает клеточный состав белой крови к его исходным величинам у интактных, в чем мы усматриваем «нормализующее» действие 20Е. Подтверждение этому мы видим в том, что общее число лейкоцитов в крови в ответ на введение 20Е не изменяется ни через 2 ч, ни через 24 ч, тогда как в ответ на введение NaCl через 2 ч появляется тенденция ($P < 0,2$) к снижению общего числа лейкоцитов и, напротив, к повышению ($P < 0,3$) – через 24 ч. Имитация инъекций препаратов холостым уколom через 2 ч повышает ($P < 0,01$) уровень гранулоцитов на 54%, за счет нейтрофилов (62%), в основном сегментоядерных (78%) ($P < 0,02$) с тенденцией ($P < 0,2$) к повышению фагоцитарной активности клеток; через 24 ч все эти эффекты нивелируются. Таким образом, 20Е активизирует защитные системы крови, повышая, в частности, фагоцитарную активность лейкоцитов, что открывает перспективы его использования в клинической практике как профилактического и лечебного средства в дополнение к лекарственной терапии. Действие 20Е отлично от действия своего растворителя NaCl.

Работа поддержана грантом КЦФЕ МО РФ (A03-2.12-491).

Новые информационные технологии в избирательных кампаниях

Ронжин А.Н.

Вятский Государственный Гуманитарный Университет, Киров

В работе рассмотрены новые информационные технологии, применяемые при стратегическом планировании, моделировании и мониторинге избирательной кампании. Данные технологии позволяют более четко формулировать задачи, проводить оценку внут-

ренних и внешних возможностей, осуществлять информационно-аналитическую поддержку.

Аналитические стратегии являются частью информационных технологий. Они включают в себя иерархический анализ, SWOT-анализ и стратегическое планирование избирательной кампании.

Метод иерархического анализа заключается в декомпозиции цели избирательной кампании на все более простые составляющие и анализе причинно-следственных связей. Целью любой избирательной кампании является победа на выборах – это верхний уровень иерархии. Затем цель разбивается на более простые подцели по уровням. Последующее структурирование уровней приводит к определению конкретных мероприятий и ПР-акций. Анализ причинно-следственных связей позволяет оформить технологические цепочки «действие – результат». Далее проводится анализ мероприятий для определения согласованности действий, т.е. имеются ли в разных выбранных мероприятиях одинаковые элементы действий, существует ли возможность их объединения для оптимизации затраченных ресурсов или использовании результатов одних мероприятий в других.

Методика SWOT-анализа предполагает изучение четырех факторов: определение сильных и слабых сторон кандидата, шансов на победу и угроз победе. Выявление сильных сторон кандидата позволяет сформировать цели и идеи избирательной кампании. Определение слабых сторон кандидата, в случае если они могут стать потенциальным объектом атаки со стороны конкурентов, помогает разработать сценарии защиты. Одной из целей проведения SWOT-анализа является определение пар сильных сторон кандидата с зеркально соответствующими им слабыми сторонами конкурентов. Использование только сильных сторон кандидата, не всегда соответствующих слабым сторонам конкурента имеет меньшие шансы на победу, поэтому самостоятельные сильные стороны должны быть совершенными заменителями зеркальных сильных сторон, но при этом не каждая из них может стать отправным пунктом ПР-акции, это зависит еще и от восприятия избирателями важности данного вопроса. Использование SWOT-анализа позволяет определить адекватность построения стратегии избирательной кампании и используемых мероприятий, разработанных в ходе иерархического анализа, поскольку учитываются не только действия и возможности кандидата, но и действия соперников против кандидата.

Технологии стратегического планирования избирательной кампании призваны объединить все разработанные действия в единый план кампании. Процесс выработки стратегии состоит из следующих элементов: выявляется адресная группа, определяется ключевая проблема, формулируются цели кампании, основные лозунги и главная стратегическая линия. На основе выбранных групп и мероприятий формируются цели избирательной кампании. Оцениваются два уровня целей: электоральный уровень – какую долю голосов стремиться получить кандидат и установочный уровень – какие изменения в позициях и убеждениях вы хотите стимулировать. Актуальным становится вопрос о построении информационной системы

управления позволяющей накапливать, отбирать и анализировать данные об избирательной кампании. Четко определяющей календарный план проведения мероприятий и встреч кандидата.

После определения плана мероприятий, важное место в избирательной кампании занимает возможность прогнозирования последствий проведения определенных мероприятий и действий кандидата. Прогнозирование основывается на применении принципов системного анализа. Основными аспектами которого являются: компонентный аспект отражает изучения состава системы, структурно-функциональный аспект предполагает исследование внутренних связей и взаимодействия элементов иерархического анализа, а также обеспечивает горизонтальное и вертикальное согласование действий, коммуникационный аспект отражает изучение системы во взаимодействии с внешними факторами: конкурентами, выявленными в ходе SWOT-анализа и адресными группами избирателей, определенных в ходе стратегического планирования избирательной кампании. Модель избирательной кампании становится объектом исследования, на котором имитируются реальные события возникающие в процессе выборов. Построение модели содержит в себе несколько этапов: разработка концептуальной модели предполагает присвоение всем компонентам системы соответствующих понятий, выявление и описание факторов и показателей развития зависимостей и закономерностей, разработка математической модели делает возможным переложение концептуальной модели на язык программирования — создается компьютерная модель, на последнем этапе в компьютерную модель вводятся информации о моделируемых событиях. Информационная модель дает возможность с той или иной степенью достоверности оценивать реальную ситуацию и прогнозировать сценарии ее развитие.

Информационно-аналитическая поддержка является основой для прогнозирования развития избирательной кампании и инструментом корректировки стратегии кампании. Создание системы мониторинга информации позволяет быстро и эффективно накапливать, хранить и обрабатывать информацию по различным проблемам. В фактографическую базу такой системы входят: социологическая диагностика общественных настроений, предпочтений и проблем избирателей, политические рейтинги и исследования имиджа кандидатов, экспертные оценки по проблемам экономической и политической ситуации в регионе, мониторинг СМИ. Вся информация в системе разбивается на блоки: ожидания и проблемы избирателей — разработка карты проблемного поля и действий кандидата по решению этих проблем, эффективность пропаганды — выявление уровня эффективности средств пропагандистского воздействия, анализ проведенных мероприятий — реакция избирателей на действия кандидата, действия конкурентов — выработка мер по дискредитации оппонентов и позиционированию кандидата.

Впервые информационные технологии в избирательных кампаниях стали применять именно на этапе практической реализации уже разработанных стратегий: директ-маркетинг, разработка агитационной про-

дукции, анализ результатов социологических исследований. На сегодняшний день информационные технологии уже активно применяются и на этапе информационно-аналитической поддержки — компьютерный мониторинг СМИ и контент-анализ.

Использование информационных технологий может стать основой для создания единой информационной системы управления избирательной кампанией содержащей: систему стратегического планирования (анализ иерархий, SWOT-анализ, календарный план кампании), систему моделирования, систему информационно-аналитического сопровождения. Применение такой системы в процессе избирательной кампании позволит быстро и эффективно реагировать на события, происходящие в процессе выборов, отслеживать изменения предпочтений избирателей, поможет собрать рассеянные данные в единую и целостную картину происходящего, спрогнозировать перспективу действия на будущее и проводить мгновенную корректировку линии избирательной кампании.

Новые информационные технологии позволяют не только сокращать время для сбора и обработки информации, но и открывают новые возможности для ее творческого осмысления и как результат создание новых подходов к разработке и реализации избирательных кампаний.

**Методика исследования воздействия
косметических препаратов на состояние кожного
покрова тела человека методами топографии**
Сомкин П.Б.

*Северо-Кавказский государственный технический
университет, кафедра Промэлектроники и микро-
системной техники, Ставрополь*

Красота спасет мир... Это известное утверждение абсолютно верно. Красота человеческого тела определяется исправностью состояния его внешних и внутренних органов. Красота — это производное здоровья. Поэтому современная индустрия красоты ориентируется не столько на декоративный эффект, сколько на улучшение здоровья отдельных участков (кожи, волос, ногтей, фигуры) и организма в целом.

Сейчас для поддержания здоровья и красоты уже невозможно обойтись без приема витаминных добавок и без использования косметических средств. Применение всех этих средств нельзя назвать эффективным для каждого человека. Назначение тех или иных средств, как правило, носит субъективный характер. Таким образом, метод лечения напрямую зависит от опыта и квалификации врача.

Представляемая методика основана на применении средств автоматизированной диагностики состояния кожного покрова тела человека как объекта косметологии.

При рассмотрении механических свойств кожи чаще других используются понятия упругость, эластичность и твердость.

В современной технике константы материалов, характеризующие их механические свойства, все чаще определяют с помощью акустических. Это связано с тем, что параметры акустической волны напрямую