Гарипова Галия Ризвановна

СТРУКТУРИРОВАНИЕ КУРСА "ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ АНАЛИТИКИ" ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ "РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ"

Предлагается структура курса "Основы информационной аналитики" для студентов направления "Реклама и связи с общественностью". Необходимость уточнения разделов курса обусловлена различными подходами к преподаванию данной дисциплины. Дается обзор основных понятий - "аналитик", "аналитическая работа", "методы информационно-аналитической работы", "методы исследования в PR". Автор подробно рассматривает темы аналитической работы в PR, поиска в сети Интернет и обзора СМИ, так как считает их одними из основных направлений деятельности современного аналитика.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2015/6/12.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2015. № 6 (96). С. 55-57. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2015/6/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

ORGANIZATION OF TEACHING THE ENGLISH LANGUAGE IN DRAMATIZED ACTIVITY TO PRESCHOOL CHILDREN

Gagarina Oksana Radikovna
Municipal Autonomous Pre-School Educational Institution "Center of Child's Development – Kindergarten № 298" in Perm
ksu170@mail.ru

In the article the topicality of the organization of teaching the English language in dramatized activity to preschool children is grounded. The author notes that the synthesis of foreign language and dramatic art has emotional impact on the preschooler, prompts him/her to active creative conduct and forms certain conditions for the development of the child's linguistic ability. In this work the procedural and technological sides of teaching the English language to preschool children are revealed.

Key words and phrases: the English language; preschool children; dramatized activity; intensive teaching methods; game; integration.

УДК 37
Педагогические науки

Предлагается структура курса «Основы информационной аналитики» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью». Необходимость уточнения разделов курса обусловлена различными подходами к преподаванию данной дисциплины. Дается обзор основных понятий – «аналитик», «аналитическая работа», «методы информационно-аналитической работы», «методы исследования в PR». Автор подробно рассматривает темы аналитической работы в PR, поиска в сети Интернет и обзора СМИ, так как считает их одними из основных направлений деятельности современного аналитика.

Ключевые слова и фразы: аналитика; информационно-аналитическая работа; методы информационно-аналитической работы; методы в связях с общественностью; методы PR-деятельности.

Гарипова Галия Ризвановна
Башкирский государственный университет
gali@mail.ru

СТРУКТУРИРОВАНИЕ КУРСА «ОСНОВЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ АНАЛИТИКИ» ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»©

Информационно-аналитическая деятельность в российских государственных и коммерческих учреждениях сегодня является востребованной практически во всех сферах общества. Информационная аналитика в России получила новый виток развития в связи с изменениями в общественно-политической деятельности после 1990-х гг. Прежняя процедура сбора, хранения и анализа информации, подготовки и принятия решений оказалась неэффективной. В связи с этим, практически во всех органах государственного управления и коммерческих структурах начали создаваться информационно-аналитические подразделения. Они, в общем, выполняют функции информирования и анализа. «Задача информационно-аналитического обеспечения управленческой деятельности состоит в том, чтобы лица, принимающие решения, располагали необходимым и достаточным для принятия решения объемом информации. На государственном уровне этот баланс призваны обеспечивать аналитические службы и подразделения, на уровне субъектов административно-хозяйственной и экономической деятельности – информационно-аналитические отделы, экспертные группы, советы директоров и иные организационные единицы» [4, с. 6].

Профессионалы в области аналитической деятельности вначале выделялись из самой структуры учреждения, ведомства. Профессиональная компетентность ставилась на первый план. В начале XX века сформировались новые структуры – консультационные аналитические центры, призванные помочь организации в поиске наиболее оптимальных путей решения задач. И, наконец, для более основательного подхода к данному виду деятельности сегодня вузы начали вводить специализированные курсы для подготовки специалистов-аналитиков.

Сейчас модно представляться «бизнес-аналитик», «политический консультант», «PR-специалист», а ведь в содержании всех этих профессий находится, в том числе, информационная аналитика. Необходимо определить, кто же такой аналитик, и какого рода деятельностью занимается. Аналитик – это специалист, занимающийся изучением аналитических исследований и обобщений в определенной сфере деятельности, который владеет методами анализа, способен прогнозировать процессы и разрабатывать перспективные программы развития. «Аналитик – это понятие более широкое, нежели просто эксперт в некоторой отрасли знаний, его интеллектуальный инструментарий и опыт практической деятельности намного шире и не замыкается в рамках одной предметной области. Аналитик владеет совокупностью интеллектуальных технологий, позволяющей адекватно отражать суть явлений и процессов, выявлять основные тенденции их развития, прогнозировать и создавать научную основу для управленческих решений» [Там же].

© Гарипова Г. Р., 2015

Целью данного исследования является структурирование курса «Основы информационной аналитики» для адаптации к соответствующему профилю подготовки студентов. Суть работы аналитика полностью зависит от специфики отрасли, поэтому аналитики подразделяются по профилю деятельности. К примеру, PR-специалист как аналитик способен изучить бизнес заказчика, провести мониторинг и анализ информационного поля и конкурентной среды, коммуникационный аудит, при необходимости подготовить и провести углубленные маркетинговые и интернет-маркетинговые исследования. Таким образом, аналитика – абсолютно необходимый этап всех программ, реализуемых PR-агентствами, от создания бренда и выхода на рынок до антикризисного PR.

Курс «Основы информационной аналитики» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» должен включать в себя как общий раздел, посвященный анализу понятий «аналитика», «информационная работа», «информационно-аналитическая работа», «методы исследований», так и специальный, посвященный проблемам аналитической работы в сфере PR-деятельности.

На сегодняшний день структурирование курса по информационной аналитике зависит практически полностью от автора-составителя.

Первый раздел курса, как правило, посвящен определению понятия «информационная аналитика». Уместно будет привести некоторые известные определения. К примеру, монография Ю. В. Курносова и П. Ю. Конотопова начинается с определения аналитики как «совокупности принципов методологического, организационного и технологического обеспечения индивидуальной и коллективной мыслительной деятельности, позволяющей эффективно обрабатывать информацию с целью совершенствования качества имеющихся и приобретения новых знаний, а также подготовки информационной базы для принятия оптимальных управленческих решений» [Там же, с. 30]. Н. А. Сляднева отмечает: «Универсальность ведущей социальной функции информационной аналитики (производство нового знания на основе переработки имеющейся информации в целях оптимизации принятия решений) и ее субстрата (информации) привели к эффекту мультидеятельностного генезиса аналитических служб (подразделений) во всех узлах информационной инфраструктуры, т.е. во всех сферах деятельности, где концентрировались, перерабатывались мощные информационные потоки в целях принятия социально значимых управленческих решений» [5].

И. Н. Кузнецов в своей работе «Информация: сбор, защита, анализ» видит в аналитической работе составную часть творческой деятельности. Она предназначена для оценки информации и подготовки принятия решений [1, с. 18]. В монографии А. Б. Курлова и В. К. Петрова «Основы информационной аналитики» она обозначена как «специфическая научная деятельность прикладного характера, ориентированная на получение объективно-истинного знания о тех или иных конкретных объектах, событиях и процессах материального и духовного мира с ориентацией на конкретную задачу, осуществляемая с целью вовлечения полученного знания в процесс принятия решений» [3, с. 6].

Таким образом, можно отметить, что все вышеперечисленные авторы склоняются к следующим основным характеристикам понятия «информационная аналитика»:

- мыслительная деятельность по производству нового знания;
- заключается в сборе, анализе и переработке информации;
- предназначена для принятия решений «как мощное средство, инструмент гармонизации социального бытия» [Там же, с. 17].

Далее можно обратиться к теме организации информационной работы и информационно-аналитической работы, одновременно заключив, что информационная работа является неотъемлемой частью аналитической. Эта работа начинается с процесса исследования проблемы, поставленной задачи и требует планирования, программирования. Как правило, информационно-аналитическая работа – это поэтапное движение к цели: выбор проблемы; определение объекта, предмета исследования; цели и задач; разработка гипотезы; выбор методов и составление методики; само исследование; апробация/доказательство. Именно в процессе исследования проявляется научный характер аналитической работы, однако не следует забывать и о прикладном значении деятельности.

Объект аналитической деятельности – это, как правило, социальный феномен, и «сам процесс анализа всегда конкретен и обусловлен природой объекта» [Там же, с. 23].

Методология информационно-аналитической деятельности достаточно подробно описывается во всех учебниках по аналитике, однако нужно отметить, что в условиях преподавания данного курса невозможно выделить достаточно времени для освещения всего методического материала по имеющимся методам. Можно предложить к рассмотрению методы информационной аналитики соответственно профилю направления. К примеру, для будущих бакалавров специальности «Реклама и связи с общественностью» можно обозначить, во-первых, конечно, общенаучные методы познания, во-вторых, специальные методы, применяемые в связях с общественностью.

Для будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью будет полезно познакомиться с методами социологии, маркетинга, психологии и т.д. Методы исследования в связях с общественностью можно разделить на три группы: кабинетные исследования, качественные и количественные. Кабинетное исследование – это, фактически, сбор вторичной информации. Это может быть экспресс-экспертиза. В количественные исследования входят наблюдение, опрос, контент-анализ. В качественные – историографический метод, исследование отдельных примеров, глубинные интервью, фокус-группы, панельные исследования. Также выделяют неформальные и формальные методы исследования. К неформальным относят аудит мнений, журналистское расследование, коммуникационный аудит.

Необходимо включить в рамки курса также основы информационной аналитики в сети Интернет, поскольку на сегодняшний день практически вся вторичная информация поступает именно через этот канал. Нужно заметить, что это помогает студентам более рационально подходить к организации исследовательской работы.

Отдельного рассмотрения требует анализ СМИ. Они являются огромной базой для информационной аналитики, обработка средств массовой информации должна вестись постоянно, и, в то же время, необходимо проводить анализ верифицируемости и доказательности информации.

Прикладной характер информационно-аналитической работы можно продемонстрировать на примере организации информационной работы и информационно-аналитической работы в государственных и коммерческих учреждениях.

Таким образом, мы представили небольшой план, содержание курса «Основы информационной аналитики». Повторимся, что его составление – дело каждого автора в отдельности. Хотелось бы подчеркнуть, что информационно-аналитическая деятельность сегодня – это необходимый инструмент успешного функционирования коммерческих и государственных учреждений, и, в условиях масштабной информатизации, возрастает необходимость подготовки специалистов-аналитиков.

Список литературы

1. **Кузнецов И. Н.** Информация: сбор, защита, анализ. М.: Яуза, 2001. 98 с.
2. **Курлов А. Б., Петров В. К.** Методология информационной аналитики. М.: Проспект, 2014. 384 с.
3. **Курлов А. Б., Петров В. К.** Основы информационной аналитики. М.: Юрист, 2009. 350 с.
4. **Курносов Ю. В., Конотопов П. Ю.** Аналитика: методология, технология и организация информационно-аналитической работы. М.: Русаки, 2004. 550 с.
5. **Сляднева Н. А.** Информационно-аналитическая деятельность: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. URL: http://nashaucheba.ru/v45244/сляднева_н.а._информационно-аналитическая_деятельность_проблемы_и_перспективы (дата обращения: 10.04.2015).

STRUCTURING THE COURSE “BASICS OF INFORMATIONAL ANALYTICS” FOR STUDENTS OF “ADVERTISING AND PUBLIC RELATIONS” DIRECTION

Garipova Galiya Rizvanovna
Bashkir State University
gali@mail.ru

The paper proposes the structure of the course “Basics of Informational Analytics” for the students of “Advertising and Public Relations” direction. The necessity to revise the sections of the course is stipulated by different approaches to teaching the discipline. The article provides an overview of the basic concepts – “analyst”, “analytical work”, “methods of informational-analytical work”, “research methods in PR”. The author examines in detail the topics of analytical work in PR, Internet search and mass media review, as she considers them to be some of the main activities of the modern analyst.

Key words and phrases: analytics; informational-analytical work; methods of informational-analytical work; methods in public relations; methods of PR-activity.

УДК 141.3
Философские науки

В статье рассматривается проблема демаркации научного и ненаучного знания, в частности, демаркации науки и идеологии. Автор анализирует варианты решения этой проблемы представителями позитивизма и полагает, что специфика идеологического знания создается включением в идеологические доктрины ценностных суждений и психопрактик, блокирующих критическое мышление индивидов. Мышление, лишенное критичности, может быть привязано к определенной идее и ограниченному историческому опыту и только из него черпать доказательства своей состоятельности, не обращая внимания на противоречащую аргументацию.

Ключевые слова и фразы: наука; позитивная наука; метод; критическое мышление; метафизика; идеология; идея.

Голованов Борис Дмитриевич, к. филос. н., доцент
Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», Украина
Golovanov2003@list.ru

ДЕМАРКАЦИЯ ПОЗИТИВНОЙ НАУКИ И МЕТАФИЗИКИ©

В современном мире весьма актуальна проблема взаимодействия науки, ориентирующейся на каноны классической рациональности, и ненаучного знания, которое хоть и не подпадает под критерии научности,

© Голованов Б. Д., 2015