

Узнайте стоимость написания студенческой работы на заказ
<http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml>

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный университет»

КЛАССИЧЕСКОЕ УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

О. Л. Голубева

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

Учебное пособие

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ:

1. Дипломы, курсовые, чертежи...
2. Диссертации и научные работы.
3. Школьные задания.

Онлайн-консультации.

ЛЮБАЯ тематика,
в том числе ТЕХНИКА.

Приглашаем авторов.

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ:
полные тексты в электронной библиотеке
www.учебники.информ2000.рф.

Челябинск
Издательство Челябинского государственного университета
2017

Вернуться в каталог учебников
<http://учебники.информ2000.рф/uchebniki.shtml>

ББК Ч80я7
Г621

Серия основана в 2008 году

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Челябинского государственного университета

Р е ц е н з е н т ы:

кафедра бухгалтерского учёта, анализа и аудита
Южно-Уральского государственного университета
(национального исследовательского университета);

М. В. Булгакова, кандидат педагогических наук, доцент кафедры математики,
информатики и вычислительной техники
Южно-Уральского профессионального института

Голубева, О. Л.

Г621 Информационная культура : учеб. пособие / О. Л. Голубева. Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2017. 117 с. (Классическое университетское образование).

ISBN 978-5-7271-1424-7

Рассмотрены понятия информации и информационного общества, виды информационных ресурсов, особенности информации как товара, особенности и классификация первичных и вторичных документов. Показаны составные части структуры документа, правила оформления библиографического списка и ссылок. Пособие содержит вопросы для самоконтроля и указания к лабораторным работам по предмету.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлениям 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», 38.05.01 «Экономическая безопасность», 39.03.01 «Социология», 39.03.02 «Социальная работа» очной и заочной формы обучения.

ББК Ч807я73-1

ISBN 978-5-7271-1424-7

© Челябинский государственный университет, 2017

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Человек в информационном обществе	4
1.1. Понятие информации, виды информации	4
1.2. Понятие информатизации и информационного общества	6
1.3. Значение информационной культуры для современного человека	9
Вопросы и задания для самоконтроля	13
2. Первичные документы	13
2.1. Понятие документа	13
2.2. Виды документов	15
2.3. Структура документа	22
Вопросы и задания для самоконтроля	25
3. Создание, поиск и получение документов	26
3.1. Система документальных коммуникаций	26
3.2. Информационные ресурсы	29
Вопросы и задания для самоконтроля	34
4. Вторичные документы	35
4.1. Информационное свёртывание и развёртывание	35
4.2. Оформление библиографических ссылок	36
4.3. Схема библиографической записи документа для списка литературы	39
Вопросы и задания для самоконтроля	43
5. Информация как товар. Рынок информации	44
Вопросы и задания для самоконтроля	47
6. Понятие информационной грамотности	47
6.1. Источники информации и информационные потребности	47
6.2. Информационная грамотность	50
Вопросы и задания для самоконтроля	53
7. Представление информации в медиа	54
7.1. Образование в сфере медийной грамотности	54
7.2. Концептуальные рамки анализа медиаконтента	56
Вопросы и задания для самоконтроля	65
Лабораторные работы	66
Лабораторная работа 1. Поисковые системы и поисковые запросы	66
Лабораторная работа 2. Справочно-правовые системы	70
Лабораторная работа 3. Информационное свёртывание научной статьи	84
Лабораторная работа 4. Оформление реферата	88
Лабораторная работа 5. Оформление презентации	91
Терминологический словарь	99
Примеры тестовых вопросов	102
Список рекомендованной литературы	104
Приложения	106
Приложение 1. Образец титульного листа реферата	106
Приложение 2. Примеры презентации	107

1. ЧЕЛОВЕК В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

1.1. Понятие информации, виды информации

В настоящее время не существует единого научного определения информации. Различные отрасли знания выделяют в данном понятии специфический набор признаков. Рассмотрим некоторые из существующих определений:

- Информация – форма существования знания, отчуждённого от автора и ставшего общественным достоянием (Г. В. Паршукова).
- Информация – это сведения об объектах и явлениях окружающей среды, их параметрах, свойствах и состоянии, которые уменьшают имеющуюся о них степень неопределённости, неполноты знаний (Н. В. Макарова).
- Информация – сведения об окружающем мире и протекающих в нём процессах, воспринимаемые человеком или специальными устройствами (Толковый словарь Ефремовой).
- Информация – сведения, данные, значения экономических показателей, являющиеся объектами хранения, обработки и передачи (Бизнес-словарь).
- Информация – общенаучное понятие, включающее обмен сведениями между людьми, человеком и автоматом, автоматом и автоматом; обмен сигналами в животном и растительном мире; передачу признаков от клетки к клетке, от организма к организму (Большой энциклопедический словарь).
- Информация – количественная мера устранения неопределённости (энтропии), мера организации системы (Словарь иностранных слов).
- Информация – данные, обработанные таким образом, что они могут быть использованы при принятии решений (Словарь библиотекаря по менеджменту и маркетингу).

Помимо большого числа определений существует также множество различных классификаций видов информации:

1. По значению информация бывает:

- актуальной (ценная в данный момент времени);
- достоверной (не содержит искажений);

- объективной (не зависит от чьего-либо мнения либо носит общепризнанный характер);
 - понятной (передана на языке, который известен получателям информации);
 - полной (достаточная для принятия правильного решения);
 - полезной (отвечает нуждам конкретных получателей информации).
- ▶ *Примеры информации:*
- актуальная: прогноз погоды на сегодня;
 - неактуальная: новости во вчерашней газете;
 - достоверная: сведения об извержении вулкана, подготовленные авторитетным специалистом;
 - недостоверная: сообщение по телефону, искажённое помехами на линии;
 - объективная: температура воздуха 20 градусов Цельсия;
 - субъективная: на улице тепло;
 - понятная: нотная тетрадь для ученика музыкальной школы;
 - непонятная: учебник на китайском языке для ученика, не владеющего этим языком;
 - полная: ожидается удорожание тарифов на железнодорожные перевозки на 1 000–1 500 р. со следующего месяца;
 - неполная: ожидается удорожание тарифов на железнодорожные перевозки;
 - полезная: дата сдачи зачёта по информационной культуре для студента 1-го курса;
 - бесполезная: дата сдачи зачёта по информационной культуре для студента 4-го курса.

2. По способу восприятия информация подразделяется:

- на визуальную (воспринимается органами зрения);
 - аудиальную (воспринимается органами слуха);
 - тактильную (воспринимается тактильными рецепторами);
 - обонятельную (воспринимается обонятельными рецепторами);
 - вкусовую (воспринимается вкусовыми рецепторами).
- При этом около 90 % всей информации воспринимается зрительно, 8–9 % – аудиально, и совсем небольшая часть приходится на долю тактильной, вкусовой и обонятельной информации.

3. По форме представления информация может быть:

- текстовой (передается в виде символов);
- числовой (передается в виде цифр и математических символов);
- графической (передается в виде изображений);
- звуковой (передается аудиальным путём);
- видеoinформация (передаваемая в виде видеозаписи).

1.2. Понятие информатизации и информационного общества

В современной науке существует несколько схожих определений информационного общества:

- Информационное общество – термин, применяемый для обозначения современного состояния индустриально развитых стран, связанного с новой ролью информации во всех сторонах их жизнедеятельности, качественно новым уровнем производства, переработки и распространения информации (Политический словарь).
- Информационное общество – современный тип общества, где ведущую роль приобретают информационные технологии и средства массовой коммуникации (Исторический словарь).
- Информационное общество – постиндустриальное общество, в котором основной производительной силой выступают знания и информация (Социологический словарь).
- Информационное общество – понятие ряда социологических и футурологических концепций, полагающих главным фактором социального развития производство и использование информации (Философский словарь).

В соответствии с приведёнными определениями можно отметить следующие основополагающие признаки информационного общества:

1. Широкое использование информационных технологий на всех стадиях производства и в непромышленной сфере (здравоохранение, наука и образование, транспорт, искусство и т. д.).
2. Добровольное и активное применение вычислительной техники большинством людей, в том числе в быту.
3. Значительное увеличение доли работников, занятых в сфере производства, переработки и распространения информации,

а также создание развитой инфраструктуры, обеспечивающей непрерывность данного процесса.

4. Информация становится главным экономическим ресурсом и фактором конкурентоспособности на мировом рынке.

5. Создание и широкое развитие глобальных и локальных сетей передачи информации.

6. Свобода распространения и доступа к информации для всех членов общества.

► Приведём примеры:

- информационные технологии в производстве – промышленные роботы;
- информационные технологии в непромышленной сфере – электронный деканат;
- информационные технологии в бытовой сфере – общение в социальных сетях;
- работник, занятый в сфере производства информации, – научный сотрудник;
- работник, занятый в сфере переработки информации, – системный аналитик;
- работник, занятый в сфере распространения информации, – автор статей в научно-популярном издании.

Основные признаки информационного общества формируются вследствие процесса информатизации:

- Информатизация – организационный социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов (Федеральный закон № 149-ФЗ от 27 июля 2006 г. «Об информации, информатизации и защите информации»).

- Информатизация – политика и процессы, направленные на построение и развитие телекоммуникационной инфраструктуры, объединяющей территориально распределённые информационные ресурсы (Википедия).

- Информатизация – процесс формирования оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей

пользователей за счёт применения соответствующих технологий (Словарь бизнес-терминов).

- Информатизация – глобальный процесс производства и использования информации как общественного ресурса, базирующийся на массовом внедрении технологий сбора, обработки, хранения и передачи информации (Новый словарь методических терминов и понятий).

Процесс информатизации общества порождает также негативные последствия, среди которых мы рассмотрим:

- информационную перегрузку;
- информационную зависимость;
- отказ от восприятия полезной информации.

Суть информационной перегрузки заключается в том, что количество поступающей полезной информации и её доступность превосходят возможности её восприятия человеком. Таким образом, информация накапливается, но не усваивается, что приводит к трудностям в принятии управленческих решений.

Причиной возникновения информационных перегрузок является стремительный рост объёмов производства, обмена и распространения информации, в то время как возможности человеческого мозга к её потреблению не увеличиваются.

Основными признаками *информационной перегрузки* являются:

- отсутствие ясности в голове, хаотичная умственная деятельность;
- ухудшение памяти, провалы в памяти;
- назойливая музыка или обрывки фраз, звучащие в голове;
- рассуждения вслух, бормотание во сне или перед сном и т. д.

Информационная перегрузка может иметь также долгосрочные последствия в форме стресса и нервного истощения, признаками которых является потеря сна и аппетита, повышенная возбудимость и утомляемость, навязчивый страх, чувство паники, депрессия, раздражительность и частые приступы гнева.

Длительная информационная перегрузка может привести к общему ухудшению работоспособности мозга, препятствовать глубокому мышлению и пониманию, затруднять процесс обучения.

Другая сторона информационной перегрузки – формирование у людей болезненной информационной зависимости, или аддикции.

Информационная зависимость – это навязчивая потребность в получении информации из любых доступных источников. Информационная зависимость может проявляться в форме:

- веб-серфинга: просмотр большого количества веб-страниц за короткое время (чаще всего предполагает бессистемное, спонтанное перемещение между различными источниками информации в Интернете);

- пристрастия к виртуальному общению: постоянное использование служб мгновенного обмена сообщениями (ICQ, Mail.ruАгент, QIP и т. п.), социальных сетей, веб-форумов и т. п., навязчивое желание проверять наличие новых сообщений, потребность постоянно быть на связи с помощью электронной почты, мобильного телефона и других технических средств.

Обратным процессом по отношению к информационной зависимости является *отказ от восприятия полезной информации* при её наличии и доступности. Он выражается в болезненном недоверии, отторжении новой информации, что препятствует личному и профессиональному росту, особенно в условиях современного динамично развивающегося мира.

Противодействию описанным негативным последствиям способствует выработка рациональных приёмов и методов поиска и потребления информации, что является составной частью внутренней информационной культуры личности.

1.3. Значение информационной культуры для современного человека

Информатизация современного общества повышает значимость формирования информационной культуры личности, понимаемой как систематизированная совокупность знаний, умений, навыков и обеспечивающей оптимальное осуществление индивидуальной информационной деятельности.

Существуют четыре основных подхода к определению информационной культуры:

1. Информационный: информационная культура – владение информационными технологиями и способность использовать их в образовательно-воспитательном процессе, совокупность устойчивых

навыков эффективного применения информационных технологий и мотивации их использования в педагогической деятельности.

2. Технологический: информационная культура – техника работы с информацией как совокупность знаний, умений, навыков, владение технологиями поиска, переработки, осмысления, трансляции и передачи учащимся учебной и иной информации.

3. Коммуникационный: информационная культура – культура обмена информацией, выражения мыслей в различных формах.

4. Культурологический: информационная культура – социально обусловленный элемент общей культуры, включающий ценности, связанные с взаимодействием человека и информации, культуру мышления, видение мира, информационное мировоззрение, адекватное современному обществу, ориентацию в информационной среде.

В последнее время усиливается тенденция к первому подходу, то есть целостному рассмотрению информационной культуры личности с позиций интеграции информационного и культурологического компонентов. Вследствие этого информационная культура рассматривается как одна из граней общечеловеческой культуры, связанная с социальной природой человека и являющаяся продуктом его разнообразных творческих способностей.

Изучение информационной культуры предполагает развитие следующих навыков:

1. Владение навыками использования средств вычислительной техники; понимание основ информатики и значения информационной технологии в жизни общества (компьютерная грамотность).

2. Способность использовать различные поисковые системы, организовывать сложные поисковые запросы при помощи встроенных операторов.

3. Способность работать с различными информационными ресурсами сети Интернет.

4. Умение реализовывать мероприятия по получению данных, необходимых для решения профессиональных задач.

5. Умение использовать специальные программные средства для поиска юридически значимой информации.

6. Умение ориентироваться в правовых нормах, связанных с распространением и использованием информации.

Поиск информации для решения различных проблем связан с понятием информационного дефицита, то есть недостатка не-

обходимой информации. Выделяют четыре типа информационного дефицита:

1. Фактографический – отсутствие информации о конкретных реально существующих или существовавших объектах, процессах или явлениях.

Пример фактографического дефицита: отсутствие информации о численности населения Санкт-Петербурга в 2013 г.

Обычно фактографический дефицит легко устраняется при обращении к различным источникам информации (словарям, справочникам, энциклопедиям, в том числе электронным и т. п.), но только в случае общеизвестных фактов либо фактов, подлежащих обязательному разглашению (например, бухгалтерский баланс организации).

Напротив, в случае фактов, не подлежащих разглашению (например, медицинский диагноз пациента), доступ к ним ограничен, и лицам, таким доступом не обладающим, придётся столкнуться со значительными трудностями при получении данной информации.

2. Аналитический – отсутствие информации, необходимой для решения научной проблемы. Научная проблема предполагает абсолютное отсутствие информации в противовес учебной, в случае которой информация отсутствует не вообще, а только у субъекта, ищущего решение проблемы. Научная проблема предполагает создание абсолютно нового знания, учебная – ознакомление с уже имеющимся в распоряжении общества знанием.

Примеры научных проблем: продовольственная проблема; глобальное потепление.

Примеры учебных проблем: подготовка к зачёту; решение уравнения.

Пример аналитического дефицита: отсутствие информации о первом этапе развития Вселенной.

Отличие фактографического дефицита от аналитического состоит в том, что преодоление аналитического дефицита связано с активным когнитивным процессом, направленным на переработку известной информации и генерирование нового знания, в то время как разрешение фактографического дефицита предполагает всего лишь поиск уже известного факта.

3. Документографический – отсутствие необходимого документа, содержание которого не может быть сформулировано иначе, либо искомый документ уникален по содержанию.

Пример документографического дефицита: отсутствие текста Жалованной грамоты дворянству 1785 г., необходимого для сдачи зачёта по истории.

Конечный результат поиска, направленного на удовлетворение документального дефицита, – найденный конкретный документ. Крайним случаем документального дефицита является нехватка конкретного экземпляра документа (например, книги с дарственной надписью).

Сложность в удовлетворении документографического дефицита определяется уровнем ограничений на доступ к документу. В этой части особенности документографического и фактографического дефицита аналогичны.

Однако есть и важное отличие: фактографический дефицит может быть удовлетворён за счёт любого документа, содержащего необходимый факт (например, даты жизни Петра I можно узнать из любой энциклопедии по истории России либо из электронных ресурсов: найденные даты при этом не будут различаться в зависимости от источника информации), с другой стороны, документографический дефицит может быть удовлетворён только за счёт одного конкретного документа либо ограниченного их набора (например, если преподаватель требует определение понятия по лекциям, то для сдачи экзамена необходимо будет воспользоваться именно лекциями, а учебники, содержащие другие, даже весьма схожие определения, не смогут удовлетворить информационный дефицит).

4. Концептографический – отсутствие готовой концепции, подхода, точки зрения.

Пример концептографического дефицита: отсутствие национальной идеи в России.

Удовлетворение концептографического дефицита является наиболее трудной задачей из всех перечисленных. Причина этого – объективная сложность процесса создания новой концепции либо подхода, что требует сбора и творческой переработки большого массива информации.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Приведите примеры информации: актуальной, неактуальной, достоверной, недостоверной, объективной, субъективной, понятной, непонятной, полной, неполной, полезной, бесполезной.
2. Приведите примеры применения информационных технологий в производстве, в непромышленной и бытовой сфере.
3. Приведите примеры: работников, занятых в сфере производства информации; переработки информации; распространения информации.
4. Приведите примеры ситуаций, в которых возникает фактографический, аналитический, документографический и концептографический дефицит.

2. ПЕРВИЧНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

2.1. Понятие документа

Понятие документа широко используется в разных сферах общественной деятельности. Почти в каждой отрасли знания имеется одна или несколько версий его понимания в соответствии со спецификой тех объектов, которым придаётся статус документа.

Приведём некоторые из этих определений:

- Документ – зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими её идентифицировать (Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации»).
- Документ – материальный объект с зафиксированной на нём информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования (Федеральный закон № 78-ФЗ от 29 декабря 1994 г. «О библиотечном деле»).
- Документ – зафиксированная на материальном носителе идентифицируемая информация, созданная, полученная и сохраняемая организацией или физическим лицом в качестве доказательства при подтверждении правовых обязательств или деловой

деятельности (ГОСТ ИСО 15489–1:2007 «Управление документами. Общие требования»).

Таким образом, документ выполняет две основные функции: кумулятивную (накопление и фиксация информации) и коммуникационную (передача во времени и пространстве). Помимо этого документ выполняет также некоторые специальные функции:

- управленческую: документ выступает как средство управления хозяйственной деятельностью людей;
- организационную: документ устанавливает или упорядочивает действия участников хозяйственных отношений;
- правовую: документ может являться письменным доказательством и служить источником права;
- историческую: документ является историческим источником;
- социальную: документ является продуктом социальных отношений и может воздействовать на эти отношения;
- общекультурную: документ способен сохранять и передавать культурные традиции, эстетические нормы, ритуалы, принятые в обществе.

Документ может выполнять эти функции благодаря следующим отличительным признакам:

1. Материальность: стабильная вещественная форма, обеспечивающая сохранность документа и сообщения, возможность многократного (долговременного) использования и перемещения информации в пространстве и времени.

2. Осмысленность: наличие смыслового семантического содержания, которое является результатом интеллектуальной деятельности человека.

3. Завершённость: фрагментарное незавершённое сообщение не может быть полноценным документом. Требование завершённости является относительным, поскольку имеется ряд незавершённых сообщений, имеющих особое значение для научных исследований (наброски, черновики, эскизы).

4. Знаковость: сообщение в документе представляет собой закодированный текст. Значение или смысл закодированного текста можно понять, лишь зная знаковую систему кодирования и декодирования информации.

Кроме термина «документ», употребляются и другие понятия. Например, «литература» – совокупность произведений письменности,

имеющих общественное значение. Это понятие не равно «документу», так как не включает неписьменные источники информации.

Термин «издание» означает произведение печати, полиграфически оформленное, прошедшее редакционно-издательскую обработку, установление выходных сведений. Он также более узок, нежели «документ», поскольку не включает рукописные документы.

«Публикация» – это документ, доступный для массового использования, по смыслу близок к термину «издание». Таким образом, термин «документ» является наиболее обобщающим по отношению к другим понятиям, охватывающим любые способы фиксации и распространения информации.

2.2. Виды документов

Рассмотрим наиболее значимые классификационные признаки, определяющие специфику создания, распространения, поиска и использования документов.

I. Социальный статус. Признак отражает, каким образом существует и распространяется документ в обществе. По этому признаку выделяются:

1. Опубликованные документы – издания, прошедшие редакционно-издательскую подготовку и имеющие выходные сведения. Они предназначены для широкого распространения и тиражируются типографским или каким-либо иным способом.

Примеры опубликованных документов: книги, брошюры, монографии, сборники, тезисы докладов, периодические и продолжающиеся издания, патенты и авторские свидетельства, препринты, стандарты, нормативно-технические документы, преискурранты, каталоги, авторефераты диссертаций, рекламные издания.

2. Неопубликованные документы – документы, не прошедшие редакционно-издательскую обработку, имеют статус рукописи. Существуют в единственном или ограниченном количестве экземпляров, не рассчитаны на широкое распространение, при определённых условиях подлежат публикации.

Примеры неопубликованных документов: отчёты о научно-исследовательских работах, диссертации и описания алгоритмов, программ, проекты, сметы, депонированные рукописи.

3. Непубликуемые документы – материалы, содержащие конфиденциальную либо сугубо личную информацию, а потому не предназначенные для публикации, хотя при определённых условиях могут быть опубликованы.

Примеры непубликуемых документов: письма, дневники, личные записи, бухгалтерская документация.

II. Целевая направленность. Признак отражает цель создания документы.

1. Официальные документы – регламентируют деятельность людей, организаций, государств и т. п. Создаются и публикуются от имени органов власти и управления разных уровней (федеральных, субъектов Федерации, отраслевых, муниципальных, внутри-организационных), а также политических партий и общественных объединений. Обязательны к исполнению теми субъектами, на которых эти документы распространяются.

Среди официальных документов выделяются три группы:

– правовые: кодексы, законы, указы, постановления, циркуляры и другие документы, выпущенные от имени органов власти и управления и обязательные для тех территорий и ведомств, на уровне которых они приняты;

– партийные: программы, уставы, манифесты, декларации, материалы конференций, пленумов и т. д. Они значимы для членов партийных организаций и служат руководством к действию;

– организационно-распорядительные: уставы, правила, положения, приказы, распоряжения и другие документы, которые принимаются в организациях (на заводах, в вузах, школах, банках и т. д.) и обязательны для их руководителей и сотрудников.

2. Научные документы – связаны со сферой научной деятельности и предназначены для распространения научной информации, отражения и обобщения результатов теоретических и экспериментальных исследований. Отличительной особенностью научных документов является использование специальной терминологии, строгого научного стиля, таблиц, схем, графиков, формул.

Научные документы можно разделить на две группы:

- научные опубликованные:
 - полные собрания сочинений классиков науки и техники;
 - избранные труды учёных;

– монографии – научные труды в виде книги или брошюры, содержащие полное и всестороннее исследование одной проблемы, темы или вопроса, написанные одним (авторские) или несколькими (коллективные) авторами;

– тематические научные сборники;

– статьи в научных периодических изданиях;

– материалы, доклады, тезисы съездов, конференций, семинаров и других научных мероприятий;

• научные неопубликованные:

– диссертации – научные работы, подготовленные с целью их публичной защиты для получения учёной степени кандидата или доктора наук;

– авторефераты диссертаций – краткое изложение основных результатов диссертационной работы на соискание учёной степени доктора или кандидата наук, составленное автором диссертации;

– депонированные рукописи – узкоспециальные работы, находящиеся на хранении в библиотеке или информационном центре, которые информируют специалистов об их наличии и выдают копии для изучения;

– препринты – научные издания, выпускаемые в свет до публикации статьи в рецензируемом научном журнале или до выхода полноценной монографии;

– отчёты о результатах научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИР и ОКР).

3. Научно-популярные документы – предназначены для популяризации научных знаний среди широких масс неспециалистов, привлечения интереса к актуальным научным проблемам и открытиям, самообразования, расширения общекультурного кругозора. Эти документы написаны простым и понятным языком, сопровождаются рисунками и фотографиями, занимательными схемами, описанием забавных случаев [12. С. 26].

4. Производственные документы – содержат сведения по технологии, технике и организации производства, материалы прикладного характера, используемые в различных отраслях производства и других областей общественной жизни. Они очень важны и предназначены для специалистов различной квалификации. В эту группу входят:

- практические руководства и пособия, описывающие производственные процессы, состав, рецептуру изделий;
- кадастры – совокупность сведений об объектах и явлениях окружающей среды, соответствующим образом систематизированных и постоянно обновляемых (водный, земельный, лесной, животного и растительного мира и др.);
- технические паспорта – информационно-справочные документы, отражающие фактическое состояние того или иного объекта (жилого помещения, здания, транспортного средства, промышленных товаров и пр.);
- промышленные каталоги – документы, содержащие систематизированный перечень изделий промышленного производства;
- прейскуранты (прайс-листы) – перечни цен на товары и услуги, предоставляемые покупателям;
- патенты – охранные документы, удостоверяющие исключительное право, авторство и приоритет изобретения, полезной модели либо промышленного образца;
- стандарты – документы, в которых устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, выполнения работ или оказания услуг (международные, ГОСТы и т. д.).

5. Учебные документы – служат в помощь образовательной деятельности людей, осуществляемой на разных стадиях: в дошкольных учреждениях, общеобразовательных школах, средних специальных и высших учебных заведениях, системе повышения квалификации и переподготовки кадров. Авторами учебной литературы обычно выступают высококвалифицированные специалисты, имеющие исследовательский и педагогический опыт, что повышает ценность этих документов. Основные разновидности учебных документов:

- учебники – учебные издания, содержащие систематическое изложение учебной дисциплины или её раздела, части, соответствующее государственному стандарту и учебной программе;
- учебные пособия – источники учебной информации и средства обучения, которые дополняют учебник и способствуют расширению, углублению и лучшему усвоению знаний;
- учебные программы – документы, определяющие содержание и количество знаний, умений и навыков, предназначенных к обязательному усвоению по той или иной учебной дисциплине;

- хрестоматии – учебно-практические издания, содержащие систематически подобранные литературно-художественные, официальные, научные и иные произведения или фрагменты из них, составляющие объект изучения учебной дисциплины;

- сборники задач и упражнений, тестов и др.

6. справочные документы служат для наведения всевозможных справок: установления фактов, дат, имён, адресов и т. п. В зависимости от расположения материала подразделяются:

- на словари (алфавитное расположение):
 - толковые: объясняют значение слов при употреблении (Толковый словарь живого великорусского языка В. И. Даля, Толковый словарь С. Ожегова, Толковый словарь русского языка Д. Н. Ушакова);
 - терминологические: содержат термины по профилю какой-либо из наук (Словарь музыкальных терминов, Словарь нанотехнологических терминов и др.);
 - лингвистические: содержат перечень языковых единиц с их характеристиками или переводом на другие языки (русско-английский словарь, словарь синонимов, словарь трудностей русского языка и др.);
 - энциклопедические (Энциклопедия Брокгауза и Ефрона, Большая Советская энциклопедия, Малая Советская энциклопедия и др.);
- справочники (тематическое или иное логическое расположение):
 - нормативные (правила, требования, нормы, расчёты в какой-либо отрасли);
 - статистические (статистические данные по отрасли, региону, стране и т. п.);
 - энциклопедические (города и столицы; коллекции русских музеев и др.);
 - биографические (сведения о жизни и деятельности какого-либо известного лица);
 - библиографические (библиография и списки литературы);
 - адресные справочники (адреса и телефоны людей и организаций);
 - путеводители по странам, городам или культурно-просветительным учреждениям.

7. Документы для досуга – имеют развлекательную, досуговую

направленность, содержат общедоступные сведения по различным видам увлечений. К ним относятся игры, кроссворды, гороскопы, сборники песен, тематические календари.

8. Литературно-художественные документы служат для получения эмоционально-эстетической информации; содержат произведения, воздействующие на эмоциональное состояние человека, и произведения литературно-художественного творчества. К ним относятся художественная и музыкальная литература, репродукции, фотоальбомы, видеозаписи художественных фильмов и театральных постановок и т. д.

9. Рекламные документы служат для информирования о товарах, услугах и их продвижения к потребителям. Среди этой группы выделяются каталоги товаров, проспекты, буклеты, афиши.

III. Материальная конструкция. Данный признак отражает, из какого материала и каким образом сделан документ.

1. Листовые документы – один или несколько не скреплённых между собой листов. *Примеры:* листовка, открытка или комплект открыток, афиша, плакат.

2. Кодексные – представляют собой четырёхугольный блок листов бумаги, обрезанной с трёх сторон и соединённых вместе с четвёртой стороны. *Примеры:* книги, брошюры, блокноты, журналы, атласы, альбомы.

3. Ленточные – документы протяжённые по длине, на которой расположены их фрагменты. *Примеры:* свитки, фото-, кино-, видеоплёнки, магнитные ленты.

4. Дисковые – округлые, в виде диска. *Примеры:* грампластинки, дискеты, компакт-диски (CD-ROM – Compact Disk Read Only Memory, DVD – Digital Video Disk) и др.

5. Комбинированные – документы, состоящие из двух и (или) более различных по конструкции носителей информации. *Примеры:* книга с вложенными картами, дисками; пластинки с буклетом и т. д.

IV. Знаковая природа информации. Признак отражает, каким образом фиксируется и передаётся информация.

1. Письменные или текстовые документы. Информация в них передаётся при помощи письменности – системы знаков для фиксации и передачи устной речи. Текст состоит из букв, цифр, знаков препинания, образующих слова, формулы и т. п. К таким документам относятся книги, журналы, брошюры.

2. Иконические документы представляют собой объекты в виде изображений, воспроизводят живописные, скульптурные, графические и прочие изображения. Это фотографии, рисунки, кинофильмы, слайды и т. д.

3. Аудиальные документы фиксируют и передают звуковую информацию. В эту группу входят фонограммы, грампластинки, музыкальные компакт-диски и т. д.

4. Идеографические документы, в которых используются условные знаки, замещающие отображение реальных объектов. В эту группу входят ноты, карты, схемы, чертежи и т. п.

5. Тактильные документы, в которых для передачи информации используется изменение рельефа материального носителя. Такие документы предназначены для людей с ограниченными возможностями по зрению (документы, выполненные рельефно-точечным шрифтом Луи Брайля).

6. Комплексные документы, использующие для передачи информации два и более знаковых средств. Например, звуковые кинофильмы, CD-ROM, сборники песен с нотами и т. д.

7. Электронные документы – документы, зафиксированные на электронном носителе (в виде набора символов, звукозаписи или изображения) и предназначенные для передачи во времени и пространстве с использованием средств вычислительной техники и электросвязи с целью хранения и общественного использования.

V. Периодичность. Признак отражает регулярность и частоту выхода документа в свет.

1. Непериодические документы – выходят в свет однократно, не имеют продолжения. *Примеры:* монографии, брошюры, альбомы, открытки и т. д.

2. Периодические документы – выходят через определённые промежутки времени, с постоянным для каждого года числом номеров (ежедневные, еженедельные, ежемесячные, ежеквартальные, ежегодные и т. п.). *Примеры:* журналы, газеты, календари.

3. Сериальные документы – выходят в течение времени, продолжительность которого заранее не установлена, как правило, нумерованными и датированными выпусками, имеющими одинаковое заглавие. *Примеры:* нумерованные тематические сборники.

4. Продолжающиеся документы – занимают промежуточное место между непериодическими и периодическими документами. Выходят

через неопределённые промежутки времени по мере накопления материала. *Примеры:* учёные записки, труды вузов, НИИ и т. п.

VI. Объём. Для бумажных документов признак отражает количество страниц:

- 1-4 страницы – листовки;
- 5-48 страниц – брошюры;
- более 48 страниц – книги.

Таким образом, любому документу можно дать характеристику по вышеназванным признакам: социальному статусу, целевой направленности, материальной конструкции, знаковой природе информации, периодичности и объёму.

2.3. Структура документа

Структуру документа мы будем рассматривать на примере основного, многочисленного и значимого его вида – книг. Книга – это блок листов бумаги с напечатанным на них текстом, обрезанный с трёх сторон и соединённый воедино. К внутренним элементам относятся титульные элементы, текст, иллюстрации, справочно-вспомогательный аппарат.

Титульные элементы книги включают в себя титульный лист, авантаитул, шмуцтитул. Титульный лист (титул) – заглавная, первая страница книги, на которой помещены важнейшие сведения об издании. Это данные об издающей или ответственной организации, название серии, фамилия, имя, отчество автора, название книги, подзаголовочные данные о читательском и целевом назначении, жанре, выходные данные. В зависимости от расположения и полноты сведений титульный лист может быть однополосный (на одной странице) или двойной (на двух страницах). Двойной разворотный титульный лист имеют многотомные издания. На левой странице (контртитуле) приводятся общие для всего издания сведения, на правой – сведения о данном томе. Двойной распашной титульный лист имеют особо оформленные издания, у которых левая и правая страница составляют единое целое.

В некоторых случаях перед титульным листом есть ещё страница – авантаитул. На нём помещаются издательская марка, серия, отдельные выходные данные.

Если издание содержит несколько отдельных произведений, разделов, глав и т. д., то внутри перед каждой отдельной частью помещается добавочный титул – шмуцтитул. Первоначально он ставился перед титульным листом и предохранял его от загрязнения и порчи. На шмуцтителе печатают название произведения или номер раздела, главы, иллюстрации, дополнительные тексты, орнаменты.

Ядро книги составляет текст, расположенный на книжных полосах. По характеру полиграфического оформления текст бывает простой и сложный. Простой – однотипный, сплошной текст, имеющий строки одинаковой длины и напечатанный преимущественно шрифтом одного размера, рисунка и начертания.

Сложный текст разбит на отдельные зрительно воспринимаемые части, строки разной длины, шрифт разных размеров, рисунка и начертания. В сложном тексте могут встретиться «шапки» – краткие заголовки, помещённые над текстом и отделённые от него пробелом, и «форточки» – заголовки небольшого размера, врезанные в текст у левого или правого края полосы, набранные отличающимся шрифтом.

Признаком сложного текста может служить также наличие иллюстраций. Иллюстрации встречаются во многих видах документов, особенно важна их роль в детских и научно-популярных изданиях. Они позволяют пояснить текст, глубже раскрыть содержание. Иногда без иллюстраций текст трудно понять. Иллюстрации делятся на научные (научно-познавательные) и художественные.

Научно-познавательные иллюстрации изображают предметы, события, явления, о которых идёт речь; могут быть предметными (реальными) и условными (схематическими). Основные разновидности научно-познавательных иллюстраций – фотографии, рисунки, чертежи, схемы, диаграммы, карты, воспроизведение документа и т. д.

Художественные иллюстрации отображают средствами изобразительного искусства то, что в тексте описано словами, художественными образами. Особенно велика роль таких иллюстраций в литературно-художественных и детских изданиях.

Особый вид иллюстрации – фронтиспис. Он помещается в начале книги на левой стороне разворотного титульного листа или между титульным листом и первой страницей текста. Фронтиспис

имеет обобщающий характер, передаёт главную идею произведения или знакомит с его создателем. На этой иллюстрации изображаются главные герои, события, обстановка или же портрет (фотография) автора.

Кроме текста и иллюстраций книжные полосы могут иметь колонтитул – заголовочные данные, помещённые над текстом страницы или в верхней части бокового поля. Колонтитул повторяет фамилию, имя, отчество автора и заглавие произведения, название раздела (главы) либо отдельные слова, слоги, начальные буквы для лучшей ориентации в содержании и быстрого нахождения нужного материала.

По содержанию текст делится на основной (написанный автором) и справочно-вспомогательный (составленный преимущественно другими людьми, хотя автор также может принимать участие). Справочно-вспомогательные элементы (аппарат книги) дополняют основной текст, способствуют его освоению, помогают ориентироваться в структуре и содержании. В аппарат книги входят:

1. Титульный лист – первый элемент печатного или электронного документа, который даёт о нём основную информацию.

2. Аннотация кратко характеризует содержание издания, раскрывает его ценность и читательское назначение, даёт сведения об авторе, оформлении, справочном аппарате издания. Аннотация помещается на обороте титульного листа или на последней странице и составляется только для данного документа.

3. Содержание (указатель заголовков отдельных произведений – в сборниках, журналах, хрестоматиях) или оглавление (указатель глав, частей, параграфов произведения – в монографиях, учебниках) дают общее представление о структуре всего издания, указывают страницы, на которых помещены главы и разделы книги или статьи в журнале. Размещается перед основным текстом или после него.

4. В послесловии или предисловии делаются выводы, раскрывается целевое назначение, актуальность издания, отличие его от других подобных изданий, сообщается о дальнейшей судьбе автора и его произведения.

5. Вступительная статья посвящается биографии автора и анализу его творчества. Вступительная статья к научному изданию раскрывает историю вопроса, объясняет проблему, явление, которому посвящена книга.

6. Примечания – разъяснение, уточнение и дополнение к основному тексту издания. Примечания дают возможность узнать о фактах, событиях, лицах, упоминаемых в тексте издания.

7. Комментарий – пояснение, необходимое для правильного понимания текста. Помещается в конце книги в виде справок или статей.

8. Приложение включает материалы, дополняющие основной текст издания, – варианты текста, описание эксперимента, способы расчётов, различные таблицы, практические задачи, карты, таблицы, копии документов и др.

9. Список литературы, использованной автором или рекомендуемой им, помещается в конце издания.

10. Вспомогательные указатели – помогают быстро найти нужную информацию, рассредоточенную по всему изданию.

11. Списки условных обозначений и сокращений – облегчают и ускоряют процесс чтения. В списки обычно включаются только те условные обозначения и сокращения, которые приняты в данном издании.

Состав аппарата зависит от целевого и читательского назначения книги и может меняться. Наиболее полон он в научных изданиях.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Приведите примеры существующих на сегодняшний день:
 - 1.1) кодексов, законов, указов, программ партий, уставов;
 - 1.2) избранных трудов учёных, монографий, статей в научных изданиях, материалов конференций;
 - 1.3) кадастров, технических паспортов, промышленных каталогов, прайс-листов, патентов, стандартов;
 - 1.4) учебников, учебных пособий, хрестоматий, сборников задач и упражнений;
 - 1.5) словарей — толковых, терминологических, лингвистических, энциклопедических;
 - 1.6) справочников — нормативных, статистических, энциклопедических, биографических, библиографических, адресных, путеводителей.
2. Какие вам известны различия литературно-художественных и научных документов?

3. СОЗДАНИЕ, ПОИСК И ПОЛУЧЕНИЕ ДОКУМЕНТОВ

3.1. Система документальных коммуникаций

Система документальных коммуникаций общества – это совокупность организаций, назначением которых является создание, хранение, распространение документов для их общественного использования.

Создание документов, точнее воплощением их в материальной форме, занимаются издательства и типографии. Типография представляет собой промышленное полиграфическое предприятие, выпускающее печатную продукцию различными способами. Издательство – это предприятие, осуществляющее подготовку и выпуск книг, газет, журналов, нот, плакатов и других видов печатной продукции. Структура издательства, по сравнению с типографией, более обширна и включает редакционные, производственные, сбытовые, рекламные и прочие службы.

Характерные признаки издательства:

- 1) превращает неопубликованные документы в опубликованные;
- 2) не хранит и само не использует свою печатную продукцию (за исключением контрольного экземпляра);
- 3) передаёт печатную продукцию для распространения и использования другим организациям.

В зависимости от содержания выпускаемой продукции издательства подразделяются на универсальные и отраслевые. Универсальные издательства выпускают печатную продукцию по всем отраслям знания и всех типов; отраслевые – в свою очередь выпускают печатную продукцию в основном одной отрасли или одного типа.

По месту нахождения выделяются центральные издательства, расположенные в Москве и Санкт-Петербурге, и местные, расположенные в прочих городах.

В зависимости от формы собственности и порядка учреждения издательства бывают ведомственные, общественных организаций и частные.

В **хранении документов** участвуют архивы, библиотеки и музеи.

Если документы после создания не тиражируются, остаются существовать в единственном или ограниченном количестве экземпляров, то такие документы попадают на хранение в архивы. Можно выделить характерные признаки **архива**:

- 1) наличие в фонде неопубликованных оригинальных документов;
- 2) длительное или вечное хранение документов;
- 3) пользование документами только в стенах архива;
- 4) возможность опубликования части документов.

В архивах хранят оригинальные рукописные документы прошлых лет, авторские варианты литературных и научных произведений классиков, основные документы о деятельности организаций (отчёты, протоколы и т. п.). Доступ к этим документам имеют преимущественно учёные и специалисты, студенты в научных или учебных целях.

Все российские архивы объединены в единую архивную систему и делятся на две группы:

- архивы, осуществляющие постоянное хранение документов и имеющие статус научно-исследовательских учреждений:
 - архивы федерального значения, подчиняющиеся Росархиву;
 - центральные государственные архивы республик;
 - государственные архивы краёв и областей, подчиняющиеся Архивным управлениям (отделам) республик, краёв, областей;
- архивы, осуществляющие временное хранение документов (районные и городские архивы, не являющиеся научно-исследовательскими учреждениями).

Самыми древними из организаций системы документальных коммуникаций являются **библиотеки** – учреждения, организующие общественное пользование произведениями печати. Можно выделить характерные признаки библиотеки:

- 1) имеет систематизированный фонд опубликованных документов;
- 2) передаёт документы во временное пользование физическим и юридическим лицам;
- 3) оказывает как бесплатные, так и платные услуги.

Сегодня существуют разные библиотеки, удовлетворяющие информационные потребности всех слоёв населения. По характеру удовлетворяемых запросов выделяются универсальные, специальные и учебные библиотеки. По административно-территориальному размещению – республиканские, областные, краевые, городские,

районные, поселковые, сельские. По категориям обслуживаемых читателей – детские, юношеские, библиотеки для взрослых, для людей с ограниченными возможностями. По форме собственности и порядку учреждения – государственные, муниципальные, академий, научно-исследовательских и образовательных учреждений; ведомственные и межведомственные; предприятий, учреждений, организаций; частные; учреждённые иностранными юридическими и физическими лицами.

Следующей организацией системы документальных коммуникаций является **музей** – учреждение, осуществляющее комплектование, хранение, изучение и популяризацию памятников естественной истории, материальной и духовной культуры. Для музея характерны следующие признаки:

- 1) имеет в фонде артефакты и документы;
- 2) хранит документы, имеющие большую историческую, культурную и художественную ценность;
- 3) не выдаёт и не продаёт посетителям фондовые экземпляры.

Музеи классифицируются по типам на научно-просветительские, исследовательские и учебные в соответствии с целями деятельности. Профили музеев в зависимости от содержания и тематики собираемых коллекций – исторические (Государственный Исторический музей), естественнонаучные (Зоологический музей), технические (Музей космонавтики, Центральный музей железнодорожного транспорта), сельскохозяйственные, медицинские, искусства (Третьяковская галерея, Государственный Русский музей, Государственный музей театрального и музыкального искусства, Музей циркового искусства), литературы («Пушкинский Дом»), а также мемориальные (музей-некрополь «Литераторские мостки»), краеведческие и комплексные.

Распространение (реализацией) печатной продукции занимается многопрофильная книготорговая сеть.

Книжная торговля (библиополистика) – отрасль хозяйства или совокупность коммерческих предприятий, осуществляющих оптовую и розничную продажу книг, брошюр и иной печатной продукции юридическим и физическим лицам (покупателям). Характерные признаки предприятия книжной торговли:

- 1) имеет в ассортименте опубликованные тиражированные документы;

- 2) не заинтересовано в их хранении, ассортимент постоянно меняется;

- 3) реализует документы по определённой цене физическим и юридическим лицам (покупателям).

Современные формы организации книжной торговли достаточно разнообразны. В первую очередь это книжные магазины – отраслевые и универсальные. Вторая форма – книжные отделы и секции в магазинах другого профиля. Далее – книжные лотки на рынках, в крупных городах на станциях метро. Обе эти формы предлагают в основном художественную, научно-популярную литературу и литературу для досуга. Книги можно приобрести также на заказ через почтовую пересылку.

Организации документальных коммуникаций были рассмотрены ранее в порядке их участия в процессах создания, хранения и распространения документов и информации. Если выстроить эти организации в хронологии их появления, то первыми будут библиотеки (II тыс. до н. э.). Далее – книжная торговля (I тыс. до н. э., систематически с III–IV вв. н. э.), типографии и издательства (VI–XII вв., в Европе с середины XV в.), музеи (XV–XVI вв.), архивы (XVII в.), информационные центры и службы (XX в.).

3.2. Информационные ресурсы

Все первичные и вторичные документы входят в состав информационных ресурсов общества. Приведём некоторые определения информационных ресурсов:

- Информационные ресурсы – отдельные документы и массивы документов, а также документы и массивы документов в информационных системах (Большой юридический словарь).
- Информационные ресурсы – совокупность данных, организованных для эффективного получения достоверной информации (Словарь финансовых терминов).
- Информационные ресурсы – отдельные документы и отдельные массивы документов, документы и массивы документов в информационных системах: библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других видах информационных систем (Федеральный закон «Об информации, информатизации и защите информации»).

В настоящее время можно выделить следующие **источники информационных ресурсов**:

1. Учреждения системы документальных коммуникаций общества.
2. Электронные библиотеки – распределённые информационные системы, позволяющие надёжно сохранять и эффективно использовать разнородные коллекции электронных документов через глобальные сети передачи данных в удобном для конечного пользователя виде.

3. Полнотекстовые базы данных – текстовые базы, содержащие полные тексты документов или их частей.

4. Справочно-правовые системы (информационно-правовые системы) – компьютерные базы данных, содержащие нормативные документы органов власти, а также другие документы, их разъясняющие или иллюстрирующие их применение.

5. Веб-сайты – объединённая под одним адресом (доменным именем) совокупность документов частного лица или организации. Как правило, на сайте можно познакомиться с информацией узкотематической направленности. Глубина её раскрытия может быть разной: от чисто ознакомительной, поверхностной до высокопрофессиональной, освещающей все стороны деятельности.

6. Новостные ленты – формат данных, используемый для доставки пользователям часто обновляемой информации.

7. Средства массовой информации (СМИ) – система органов публичной передачи информации с помощью технических средств.

Информационные ресурсы являются объектами отношений физических и юридических лиц между собой и государством. В совокупности они составляют информационные ресурсы России и защищаются законом наряду с другими видами ресурсов.

Собственник информационных ресурсов пользуется всеми правами, предусмотренными законодательством Российской Федерации, в том числе он имеет право:

- назначать лицо, осуществляющее хозяйственное ведение информационными ресурсами или оперативное управление ими;
- устанавливать в пределах своей компетенции режим и правила обработки, защиты информационных ресурсов и доступа к ним;
- определять условия распоряжения документами при их копировании и распространении.

Информационные ресурсы могут быть государственными и негосударственными и как элемент состава имущества находятся в собственности граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций и общественных объединений.

В соответствии с интересами обеспечения национальной безопасности и степенью ценности для государства, а также правовыми, экономическими и другими интересами предпринимательских структур информационные ресурсы могут быть:

1) открытыми, то есть общедоступными, используемыми в работе без специального разрешения, публикуемыми в средствах массовой информации, оглашаемыми на конференциях, в выступлениях и интервью;

2) ограниченного или запрещённого доступа, то есть содержащими сведения, составляющие тот или иной вид тайны и подлежащие защите, охране, наблюдению и контролю.

Примеры открытых ресурсов: веб-сайт компании, публикации о фирме и её разработках, рекламные буклеты.

Примеры ресурсов ограниченного доступа: производственная документация, договоры с поставщиками, рабочие записи сотрудников.

При выполнении управленческих и производственных действий любая информация всегда распространяется во внешней среде, тем самым увеличивается число опасных источников разглашения или утечки информации ограниченного доступа, источников, подлежащих учёту и контролю.

Каналы распространения информации носят объективный характер, отличаются активностью и включают в себя:

- деловые, управленческие, торговые, научные и другие коммуникативные регламентированные связи;
- информационные сети;
- естественные технические каналы излучения, создания фона.

Канал распространения информации представляет собой путь перемещения сведений из одного источника в другой в санкционированном (разрешённом, законном) режиме или в силу объективных закономерностей.

Документированные информационные ресурсы, которые используются предпринимателем в бизнесе и управлении фирмой, являются его собственной или частной информацией, представ-

ляющей для него значительную ценность. Эта информация составляет интеллектуальную собственность предпринимателя.

Ценность информации может быть стоимостной категорией и характеризовать конкретный размер прибыли при её использовании или размер убытков при её утрате. Информация часто становится ценной в силу её правового значения для фирмы или развития бизнеса: учредительные документы, программы и планы, договоры с партнёрами и посредниками и т. д. Ценность может проявляться в её перспективном научном, техническом или технологическом значении.

Обычно выделяется два вида информации, интеллектуально ценной для предпринимателя:

1) техническая, технологическая – методы изготовления продукции, программное обеспечение, производственные показатели, химические формулы, рецептуры, результаты испытаний опытных образцов, данные контроля качества и т. п.;

2) деловая – стоимостные показатели, результаты исследования рынка, списки клиентов, экономические прогнозы, стратегия действий и т. п.

Ценная информация охраняется нормами права (патентного, авторского, смежных прав и др.), товарным знаком или защищается включением её в категорию информации, составляющей коммерческую тайну.

Производственная или коммерческая ценность информации, как правило, недолговечна и определяется временем, необходимым конкуренту для выработки той же идеи или её хищения и воспроизводства, а также временем до патентования, опубликования и перехода в число общеизвестных.

Информация ограниченного доступа всегда принадлежит к одному из видов тайны: государственной или негосударственной. В соответствии с этим документы делятся на секретные и несекретные.

Обязательным признаком секретного документа является наличие в нём сведений, составляющих в соответствии с законодательством государственную тайну.

Несекретные документы, включающие сведения, относимые к негосударственной тайне (служебной, коммерческой, банковской, профессиональной, производственной и др.), или содержащие персональные данные граждан, именуется конфиденциальными.

Несмотря на то что конфиденциальность является синонимом секретности, термин широко используется исключительно для обозначения информационных ресурсов ограниченного доступа, не отнесённых к государственной тайне. Конфиденциальность отражает ограничение, которое накладывает собственник информации на доступ к ней других лиц, то есть устанавливает правовой режим этой информации в соответствии с законом.

Все информационные ресурсы предприятия постоянно подвергаются объективным и субъективным угрозам утраты носителя или ценности информации.

Под угрозой или опасностью утраты информации понимается единичное или комплексное, реальное или потенциальное, активное или пассивное проявление неблагоприятных возможностей внешних или внутренних источников угрозы создавать критические ситуации, события, оказывать дестабилизирующее воздействие на защищаемую информацию, документы и базы данных.

Риск угрозы любым (открытым и ограниченного доступа) информационным ресурсам создают стихийные бедствия, экстремальные ситуации, аварии технических средств и линий связи, другие объективные обстоятельства, а также заинтересованные и незаинтересованные в возникновении угрозы лица.

Для информационных ресурсов ограниченного доступа диапазон угроз, предполагающих утрату информации (разглашение, утечку и т. д.), значительно шире в результате того, что к этим документам проявляется повышенный интерес со стороны различного рода злоумышленников. В отличие от объективного распространения утрата информации влечёт за собой незаконный переход конфиденциальных сведений, документов к субъекту, не имеющему права владения, распоряжения ими и использования в своих целях.

Условия, благоприятствующие утрате информационных ресурсов ограниченного доступа, могут включать:

1) отсутствие системной аналитической и контрольной работы по выявлению и изучению угроз, каналов и степени риска нарушений безопасности информационных ресурсов;

2) неэффективную систему защиты информации или отсутствие этой системы;

3) непрофессионально организованную технологию обработки и хранения конфиденциальных документов;

4) неупорядоченный подбор персонала и текучесть кадров, сложный психологический климат в коллективе;

5) отсутствие системы обучения сотрудников правилам защиты информации ограниченного доступа;

6) бесконтрольное посещение помещений, где происходит работа с информационными ресурсами ограниченного доступа, посторонними лицами.

Угрозы сохранности, целостности и конфиденциальности информационных ресурсов ограниченного доступа практически реализуются через риск образования канала несанкционированного получения (добывания) кем-то ценной информации и документов. Этот канал представляет собой совокупность незащищённых или слабозащищённых направлений возможной утраты информационных ресурсов ограниченного доступа, которые злоумышленник использует для получения необходимых сведений. Каждое конкретное предприятие обладает своим набором каналов несанкционированного доступа к информации, что зависит от множества моментов: профиля деятельности, объёмов защищаемой информации, профессионального уровня персонала, местоположения здания и т. п.

Таким образом, содержание составных частей элементов, методы и средства защиты информационных ресурсов в рамках любой системы защиты должны регулярно изменяться с целью предотвращения их раскрытия заинтересованным лицом. Конкретная система защиты информации всегда является строго конфиденциальной, секретной.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Приведите примеры известных вам библиотек, музеев, издательств и книжных магазинов. Какие из них, по вашему мнению, пользуются популярностью, а какие нет? Почему?

2. Приведите примеры ресурсов открытого и ограниченного доступа.

3. Приведите примеры действий, которые собственник информации предпринимает для защиты ресурсов ограниченного доступа.

4. Какие из условий, благоприятствующих утрате информационных ресурсов ограниченного доступа, являются, по вашему мнению, самыми критичными и почему?

4. ВТОРИЧНЫЕ ДОКУМЕНТЫ

4.1. Информационное свёртывание и развёртывание

В отличие от первичных документов, которые передают непосредственную информацию о чём-либо, вторичные документы передают информацию о первичных документах и их содержании, составляются на основе первичных и без них не существуют. Вторичные документы получают путём так называемого информационного свёртывания.

Под **свёртыванием/развёртыванием** информации понимается изменение физического объёма сообщения (документа) в результате его аналитико-синтетической переработки, сопровождающейся уменьшением или увеличением информативности.

Свёртывание и развёртывание информации очень широко применяется в математике, физике, химии и других естественных науках, в технике, информатике, лингвистике, библиографоведении и т. д.

Формы свёртывания информации можно разделить на две большие группы:

1. Текстовые:

- библиографическое описание (список литературы): совокупность библиографических сведений о документе, приведённых по определённым правилам, устанавливающая порядок следования областей и элементов и предназначенная для его идентификации и общей характеристики;

- аннотация: краткая характеристика первичного документа в аспекте его назначения, вида, формы и других особенностей;

- реферат: краткое изложение содержания первичного документа, включающее основные фактические сведения и выводы;

- обзор: сжатое изложение основного содержания ряда документов, объединённых одним или несколькими общими признаками (темой, автором, т. д.);

- план: систематизированный перечень разделов, подразделов, пунктов и подпунктов, который характеризует структуру текста;

- план-конспект: в каждом пункте содержит одно или несколько назывных предложений, раскрывающих основные идеи данного пункта;
- конспект: краткий, но связный пересказ содержания изучаемого текста;
- тезисы: основные положения доклада или сообщения;
- дайджест: сокращённое изложение авторского текста, состоящее из цитат, отобранных и сгруппированных таким образом, чтобы дать представление о содержании текста;
- резюме: заключительная часть научного текста, в которой кратко излагаются суть работы и выводы.

2. Графические:

- схема: графическое представление определения, анализа или метода решения задачи, в котором используются символы для отображения операций, данных, потока, оборудования и т. д.;
- диаграмма: графическое изображение статистических данных при помощи геометрических фигур, необходимое для наглядности и анализа массива данных;
- таблица: цифровой или текстовый материал, сгруппированный в определённом порядке в колонки (графы) и состоящий из ряда горизонтальных строк;
- карта: уменьшенное обобщённое изображение поверхности Земли (или её части) на плоскости;
- план: крупномасштабное картографическое изображение участка местности на плоскости в ортогональной проекции без учёта кривизны земной поверхности.

4.2. Оформление библиографических ссылок

Многие учебные, научные и прочие документы создаются на основе уже существующих опубликованных документов путём их изучения и переработки. В зависимости от степени самостоятельности автора методы заимствования подразделяются следующим образом:

1. Допустимые, законные:
 - Цитирование: использование в тексте точных, неизменённых фрагментов других материалов. При этом действуют правила

оформления цитат и обязательно ставятся ссылки – внутритекстовые, подстрочные или затекстовые.

- Изложение: пересказ произведения другого автора или нескольких авторов. Подразумевает переосмысление, создание нового текста на основе исходного.
- Критический анализ: оценка позиций разных авторов и формулирование собственного аргументированного мнения.

2. Недопустимые, неэтичные и незаконные:

- Плагиат: написанное другим автором произведение или его часть выдаётся плагиатором за результат собственного творчества.
- Компиляция: произведение составляется из материалов, опубликованных прежде другими авторами, без их творческой переработки и собственного осмысления составителем. Участие автора в данном случае проявляется в решении о расположении отдельных фрагментов.

Рассмотрим подробно используемые методы **цитирования**.

Внутритекстовую библиографическую ссылку заключают в круглые скобки. Предписанный знак точку и тире, разделяющий области библиографического описания, во внутритекстовой библиографической ссылке, как правило, заменяют точкой.

Пример: (Аренс, В. Ж. Азбука исследователя. М. : Интермет Инжиниринг, 2006).

Подстрочная библиографическая ссылка оформляется как примечание, вынесенное из текста документа в низ страницы.

Пример: ¹Тарасова, В. И. Политическая история Латинской Америки. М., 2006. С. 305.

Совокупность затекстовых библиографических ссылок оформляется как перечень библиографических записей, помещённых после текста документа. Для связи с текстом документа порядковый номер библиографической записи в затекстовой ссылке указывают в знаке выноски, который набирают в виде верхнего индекса, или в отсылке, которую приводят в квадратных скобках в строку с текстом документа.

Пример:

в тексте: Общий список справочников по терминологии, охватывающий время не позднее середины XX века, даёт работа библиографа И. М. Кауфмана [59];

в затекстовой ссылке: 59. Кауфман, И. М. Терминологические словари : библиография. М., 1961.

Если ссылку приводят на конкретный фрагмент текста документа, в отсылке указывают порядковый номер и страницы, на которых помещён объект ссылки. Сведения разделяют запятой [10, с. 81] или точкой [10. С. 81]. Отсылки на несколько источников разделяют точкой с запятой: [3; 10; 18].

Примеры оформления ссылок при цитировании:

слова автора предваряют цитату: В своей книге «От мечты — к открытию: Как стать учёным» Ганс Селье писал: «Наука занимается не отдельными объектами как таковыми, а обобщениями, то есть классами и теми законами, в соответствии с которыми упорядочиваются объекты, образующие класс. Вот почему классификация представляет собой фундаментальный процесс» [3, с. 16];

слова автора разрывают цитату: «Если не знаешь имён, — подчёркивал Карл Линней в своей «Философии ботаники», — то теряется и познание вещей» [23, с. 80];

слова автора следуют после цитаты: «Как в тесных рамках лишь себя проявит мастер, так нам свободу дать сумеет лишь закон», — утверждал Гёте [4, с. 2].

Примеры оформления ссылок в изложении:

ссылки, содержащие определение понятия: В словаре ... [12] термин «экономика» определяется, как ...; Понятие «город» в современной культурологии трактуется как ... [11; 22; 27];

нейтральные ссылки, ссылки упоминания: Проблеме личности в истории посвящены работы ... [17–21]; Опыт выставочной работы описан в публикациях [4–11]; Метод эксперимента нашёл отражение в работах ... [7–9];

ссылки-сопоставления: Проблеме воспитания уделялось серьёзное внимание в публикациях как теоретического [12–15], так и экспериментального характера [16–18]; Известны исследования по соционике как отечественных [2; 7], так и зарубежных учёных [60; 63; 65].

Примеры оформления ссылок при критическом анализе:

ссылки, отражающие сходство взглядов: В соответствии с концепцией устойчивого развития, предложенной в монографии ... [33], в статье ... [21] использован способ ...; Аналогичный приём был применён ... [4]; Большинство специалистов считает, что ... [3; 7; 10; 11; 23];

ссылки, отражающие различные взгляды: Противоположная точка зрения высказана в работах ... [14–16]. Иной способ решения проблемы предложен ... [34]; В отличие от работ ... [9; 10; 12; 18], трактующих социализацию как процесс, в исследовании ... [25] предлагается ...;

ссылки, содержащие согласие и одобрение позиций авторов: С нашей точки зрения, наиболее плодотворный подход предложен в работах ... [34–37]; Я считаю, следует согласиться с выводом, полученным в исследовании ... [54]; Глубоко прав исследователь проблемы ..., утверждая, что ... [45, с. 11–12];

ссылки, содержащие опровержение, несогласие с позицией автора: Вряд ли можно согласиться с тезисом ... о том, что ... [30, с. 12]; Предложенный в работе ... [54] способ решения проблемы страдает рядом недостатков.

4.3. Схема библиографической записи документа для списка литературы

Список литературы – это органическая часть любой научной работы. Список включает в себя цитируемые автором в работе и изученные им произведения, архивный материал, имеющий отношение к теме.

Расположение материала в списках либо определяется автором, либо автор согласовывает его с правилами, принятыми в данной организации, журнале, совете по защите диссертаций и т. д. В любом случае внутри разделов сведения об источниках располагаются в алфавите библиографического описания (автор или заглавие).

Основными разделами библиографического описания являются следующие:

1. **Заголовок** – содержит имя автора. Приводится так: Фамилия, инициалы. После фамилии автора перед инициалами ставится запятая. При описании документов, имеющих одного, двух или трёх авторов, следует указывать в заголовке фамилию только одного

автора (первого). Имена авторов обязательно повторяются за косой чертой в первых сведениях об ответственности.

2. **Основное заглавие** – это название документа. Приводится без кавычек (если только их нет в заглавии документа), все слова пишутся полностью, без сокращения.

3. **Общее обозначение материала** относится к знаковой природе информации или физической форме объекта описания. Выбирается один термин из списка, соответствующий объекту описания и указывается с заглавной буквы в квадратных скобках без сокращения слов: видеозапись, звукозапись, изоматериал, карты, комплект, микроформа, мультимедиа, ноты, предмет, рукопись, текст, шрифт Брайля, электронный ресурс.

4. **Сведения, относящиеся к заглавию**, – различные пояснения и дополнения, обозначение жанра, целевого и читательского назначения документа. Приводятся с маленькой буквы, после двоеточия. До конца схемы можно сокращать слова в соответствии с ГОСТ 7.12–93 «Библиографическая запись. Сокращение слов на русском языке. Общие требования и правила» и ГОСТ 7.11–78 «Сокращение слов и словосочетаний на иностранных европейских языках в библиографическом описании».

5. **Сведения об ответственности** – первые – об авторах, которых надо повторить или указать, последующие – об организациях и других лицах, принимавших участие в документе (составителях, редакторах, переводчиках, художниках и т. д.). Имена индивидуальных лиц приводятся так, как они указаны в документе. Если авторов более четырёх, то приводят фамилии только первых трёх авторов с добавлением слов [и др.].

6. **Сведения об издании** – в том случае, если на документе указано: третье издание, с характеристикой: дополненное, переработанное, исправленное, расширенное, стереотипное и т. д. Порядковый номер записывается арабской цифрой с окончанием -е. Если такой информации нет, то есть издание первое, сведения не приводятся. Через запятую указывается характер данного издания и его характеристика (исправленное, дополненное, стереотипное и т. д.).

7. Место издания (где, в какой стране, городе выпущен документ). Если у документа два места издания, их приводят через точку с запятой: Челябинск; Новосибирск, если три и более – одно с сокращением [и др.]. Сокращённо указывается только название следующих

городов: Москва (М.), Санкт-Петербург (СПб.), Ленинград (Л.), Ростов-на-Дону (Ростов н/Д.). Если сведения о месте издания отсутствуют, используют форму записи: [Б. м.] (без места).

8. **Имя издателя** приводится с заглавной буквы без кавычек, сведения о форме собственности и прочем опускают. Если в книге два издателя, приводятся оба, каждому предшествует знак двоеточие; из трёх и более издателей приводится один с сокращением [и др.]. Если издательство принадлежит учебному заведению, министерству или какому-либо другому учреждению и не имеет специального названия, то в выходных данных пишется «Изд-во» и далее соответствующее ведомство (Изд-во Моск. ун-та). У некоторых документов сведения об издателе отсутствуют, в таком случае используют форму записи: [Б. и.] (без издателя).

9. В качестве **даты издания** приводят только год арабскими цифрами, слово «год» или буква «г.» не ставятся.

10. В **сведениях об объёме** приводят количество пронумерованных страниц (листов, столбцов) документа, используя сокращения с., л., стб. При наличии пронумерованных страниц с основным текстом их подсчитывают и указывают отдельно в квадратных скобках: 400, [10] с.

11. **Сведения о наличии иллюстраций** на пронумерованных страницах записывают через знак двоеточие, используя сокращение «ил.»: 318 с. : ил. Конкретные виды иллюстраций обозначаются их наименованием: таблицы (табл.), схемы, карты, портреты (портр.), фотографии (фот.). Сведения о вклеенных иллюстрациях, не вошедших в объём, подсчитываются и приводятся в квадратных скобках: 175 с., [16 л. ил.] : ил. Это означает, что в книге объёмом 175 страниц есть иллюстрации на страницах и ещё 16 вклеенных листов.

12. **Заглавие серии** приводится в круглых скобках по тем же правилам, что и основное заглавие документа: без сокращения и без кавычек.

I. Библиографическое описание книги:

Заголовок. Основное заглавие [Текст] : сведения, относящиеся к заглавию / Первые сведения об ответственности; последующие сведения. – Сведения об издании, дополнительные сведения об издании. – Место издания: Издатель, дата издания. – Объём: иллюстрации. – (Основное заглавие серии: сведения, относящиеся к заглавию серии; номер выпуска серии). – Примечания [б. С. 117].

Примеры оформления книг для списка литературы:

1. Валдайцев, С. В. Оценка бизнеса и инновации [Текст] / С. В. Валдайцев. — М. : Филинь, 1997. — 336 с. : граф., табл.
2. Анискин, Ю. П. Планирование и контроллинг [Текст] : учебник / Ю. П. Анискин, А. М. Павлова. — 2-е изд. — М. : Омега-Л, 2005.
3. Бородушко, И. В. Стратегическое планирование и контроллинг [Текст] / И. В. Бородушко, Э. Н. Васильева. — СПб. : Питер, 2006. — 382 с.
4. Экономические реформы в России: маркетинг, контроллинг, аудит [Текст] : сб. науч. тр. / под ред. Ф. И. Шамхалова. — М. : Экономика, 2005. — 143 с. : ил.
5. Друкер, П. Бизнес и инновации [Текст] / П. Ф. Друкер ; [пер. с англ. и ред. К. С. Головинского]. — М. : Вильямс, 2007. — 423 с.
6. Кибанов, А. Я. Этика деловых отношений [Текст] : учеб. для вузов / А. Я. Кибанов, Д. Н. Захаров, В. Г. Коновалова ; [под ред. А. Я. Кибанова]. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Инфра-М, 2008. — 423 с. : ил.
7. Петрунин, Ю. Ю. Этика бизнеса [Текст] : учеб. для ун-тов / Ю. Ю. Петрунин, В. К. Борисов. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Проспект : Изд-во Моск. ун-та, 2008. — 347 с. — (Классический университетский учебник).

II. Библиографическое описание электронного сетевого ресурса

Заголовок. Основное заглавие [Электронный ресурс] : сведения, относящиеся к заглавию / Первые сведения об ответственности; последующие сведения. — Сведения об издании, дополнительные сведения об издании. — Место издания: Издатель, год издания. — Объем: иллюстрации. — Адрес локального сетевого ресурса.

Примеры оформления электронных ресурсов для списка литературы:

1. Артамонов, В. Н. Информационные системы в экономике [Электронный ресурс] : учеб. пособие / В. Н. Артамонов. — Челябинск : Юж.-Урал. кн. изд-во, 2007. — 267 с. : ил. — Режим доступа: <http://www.lib.csu.ru/local/emc/000066/ArtamonovVN.pdf>
2. Бухгалтерские информационные системы [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / сост. В. Н. Артамонов, И. Г. Петрюк. — Челябинск : [б. и.], 2009. — 16 с. — Режим доступа: <http://www.lib.csu.ru/local/emc/000393/ArtamonovVN.pdf>

III. Библиографическое описание статьи из материалов конференций

Заголовок. Основное заглавие [Общее обозначение материала] / Первые сведения об ответственности; последующие сведения // Заголовок конференции: Сведения о конференции (Место проведения, дата проведения). — Место издания: Издатель, дата издания. — Первая и последняя страницы статьи.

Примеры оформления статей из материалов конференции для списка литературы:

1. Бегун, Т. В. Устойчивое развитие: определение, концепция и факторы в контексте моногородов [Текст] / Т. В. Бегун // Экономика, управление, финансы : материалы II междунар. науч. конф. (г. Пермь, декабрь 2012 г.). — Пермь : Меркурий, 2012. — С. 158–163.
2. Быков, Г. Е. Совершенствование структуры управления АПК как фактор развития отрасли / Г. Е. Быков, А. Г. Семин // Проблемы экономического роста и конкурентоспособности сельского хозяйства России : материалы III Всерос. конгресса экономистов-аграрников (г. Москва, 9–10 февр. 2009 г.). — М. : Росинформагротех, 2009. — С. 129–135.

IV. Библиографическое описание статьи из журнала

Заголовок. Основное заглавие [Общее обозначение материала] / Первые сведения об ответственности; последующие сведения // Заголовок журнала. Номер и название серии. — Год издания. — Том, выпуск, номер. — Первая и последняя страницы статьи.

Примеры оформления статей из журнала для списка литературы:

1. Сарасов, Е. И. Информационные инновации как фактор коммуникации (диалога) средств массовой информации и аудитории [Текст] / Е. И. Сарасов // Вестн. Челяб. гос. ун-та. Сер. 11. Журналистика. — 2004. — № 1. — С. 94–106.
2. Соболева, О. В. Образ зарубежного вуза, создаваемый через рекламно-информационные материалы [Текст] / О. В. Соболева // Вестн. Челяб. гос. ун-та. — 2008. — № 3. Филология. Искусствоведение. Вып. 18. — С. 110–114.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Приведите конкретные примеры текстового и графического свёртывания информации.

2. Обоснуйте необходимость применения допустимых методов заимствования информации.

3. В каких случаях студенты чаще всего прибегают к недопустимым методам заимствования?

5. ИНФОРМАЦИЯ КАК ТОВАР. РЫНОК ИНФОРМАЦИИ

Информация как товар имеет свою специфику, отличающую её от других товаров:

1. Информация является одновременно и предметом, и средством труда, что объединяет её с таким фактором производства, как земля. Однако она отличается от последней тем, что не обладает природными качествами.

- Информация как предмет труда – это первичные исходные данные, сведения в конкретной сфере деятельности и смежных с нею областях.

- Информация как средство труда – это совокупность знаний, данных и приёмов, при помощи которых исходная информация (предмет труда) может быть наиболее эффективным образом обработана в целях получения запланированного результата. Информация как средство труда должна иметь форму, удобную и понятную специалисту в данной сфере деятельности [2. С. 34].

- Информация как предмет труда: бухгалтерская отчётность, заполненные анкеты покупателей.

- Информация как средство труда: метод Монте-Карло, метод статистической группировки.

2. Информация принимает и форму продукта труда, и форму услуги. Это обусловлено расширенной трактовкой информационного сектора общественного производства, который структурно включает в себя широкий спектр отраслей, связанных с производством, распределением, хранением, обработкой и конечным использованием информации, а также отраслей, производящих для всех вышеперечисленных средства производства.

Информационный продукт представляет собой информацию, собранную, преобразованную и представленную в виде, удобном для пользователя, являющуюся продуктом труда в индустрии информации и предлагаемую на информационном рынке в качестве товара.

Информационная услуга – это получение и предоставление в распоряжение пользователя информационных продуктов.

Информация как продукт: научная статья, монография, аналитический прогноз.

Информация как услуга: техническое обслуживание, сопровождение программного обеспечения.

3. Товарную форму и стоимостную оценку имеет лишь небольшая часть информации, циркулирующей в обществе.

Как правило, выделяют следующие виды информации, принимающие товарную форму:

- информация, полученная из открытой рыночной информации путём её отбора и обработки;

- информация, оформленная и защищённая путём патентов и авторских свидетельств, предлагаемая на свободную рыночную продажу её собственником или уполномоченным им органом;

- закрытая внутренняя информация, имеющая конфиденциальный характер, не подлежащая распространению, предлагаемая на продажу в результате хищения.

Информация, имеющая товарную форму: сравнительный анализ рынков недвижимости, патент на технологию быстрого строительства многоэтажных домов.

Информация, не имеющая товарной формы: статья в Википедии.

4. Информация (и продукт, и услуга) является объектом персонифицированной собственности, информация как услуга не отчуждается от собственника в актах купли-продажи, что отличает её от знания, которое не имеет персонифицированного собственника.

5. Информация обладает относительной ценностью. Информация ради информации ценности не имеет. Ценность определяется относительно какой-либо цели, для достижения которой совершается сбор и обработка информации.

6. Информация обладает ценностью не только для отдельного потребителя, но и свойством всеобщей полезности с точки зрения развития человеческого общества в целом. Из мира товаров можно

выделить только деньги, обладающие этим же свойством всеобщности, но у них понятие всеобщности связано с эквивалентностью в обмене. Информация же таким свойством обладает в сфере потребления, а отсюда вытекает следующее:

7. Информация обладает свойством многократного использования. В отличие от других факторов производства, которые также могут использоваться многократно (например, земля), информация не теряет своих потребительских свойств. Больше того, если производительное использование энергии, сырья, материалов, топлива ведёт к их физическому потреблению (расходованию) и увеличению энтропии в природе, то использование целесообразной информации даёт совершенно противоположный эффект, способствует умножению и накоплению научных знаний, повышению степени организованности окружающей среды и общественных систем, уменьшению энтропии.

В силу этого информация дополнительно обладает производственными особенностями:

- 1) в производстве продукции, услуги – защищена от копирования и выступает в различных формах интеллектуальной собственности;
- 2) в распределении продукции – незащищена и легко может быть скопирована;
- 3) в обмене – информация сама имеет товарную форму, ценность которой определяется не столько затратами, сколько предпочтениями;
- 4) в потреблении продуктов и услуг является товаром-спутником, а в её собственном потреблении зависит от способности пользователя распорядиться информацией с максимальным эффектом.

Поскольку информация является важнейшим фактором производства, соответственно, она переносит свою стоимость на стоимость создаваемого товара (услуги), то есть имеет в своей структуре определённый вес.

Информация, как один из составных элементов структуры стоимости самой информации, измеряется теми же факторами – трудовыми затратами человека и информацией, а в итоге их денежным выражением.

В соответствии с международными стандартами по информационной безопасности ISO 2700, ISO 17799 стоимость информации определяет его собственник. Информация это не материальный

объект, который можно объективно измерить, это скорее свойство материи. Она, в отличие от данных, зависит не от носителя, а от способа обработки информации и всегда хранится в закодированном виде.

Де-юре стоимость информации не определена ни в одном российском законе. Стоимость государственной информации определяется косвенным путём присвоением грифа секретности для информации разного уровня. По степени секретности можно догадаться о её стоимости.

В случае свободного рынка истинная цена информации – та, за которую её рынок покупает. Однако часто необходимо оценить такую информацию, которая не предназначена для открытого рынка, – например, внутреннюю информацию организации, необходимую для принятия того или иного решения.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Для конкретного предприятия приведите примеры информации, которая выступает как средство труда и как предмет труда.
2. Приведите примеры информации, которая является и товаром и услугой.
3. Приведите примеры информации, которая имеет и не имеет товарной формы.
4. Предложите на конкретных примерах несколько способов для оценки стоимости информации.

6. ПОНЯТИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ГРАМОТНОСТИ

6.1. Источники информации и информационные потребности

Адекватное использование информации, полученной из медиаисточников и от других поставщиков информации, зависит от способности людей анализировать свои информационные потребности,

а также искать информацию и оценивать качество информации, к которой они могут получить доступ.

Различные поставщики информации стимулируют доступ к ней, а в некоторых случаях позволяют людям хранить их собственную информацию. Помимо средств массовой информации существуют и другие источники информации (медицинские обзоры, правительственные отчёты и устные сообщения). Информация может быть передана при помощи технологий (предвыборные дебаты по телевидению) или при личном общении (во время собраний городского совета), её можно распространять, используя в качестве посредников медиа или людей.

Существует поразительное изобилие разнообразных информационных материалов, контента и ресурсов – в частности, в Интернете, – и все они различаются по степени точности, надёжности и ценности. Информация существует в различных формах (текст, изображение или статистические данные, электронный или бумажный формат), которые могут быть представлены в онлайн-овых хранилищах и порталах, виртуальных и реальных библиотеках, в коллекциях документов, базах данных, архивах, музеях и т. д. Однако качество предоставляемой такими источниками информации может варьировать от «очень хорошего» до «очень плохого».

Приступая к поиску информации, следует осмыслить, какая именно информация нужна. Информационные потребности – это потребность конкретного пользователя (или группы пользователей) в информации на определённую тему. Прежде чем оценивать источники информации, важно определить для себя цель получения информации. Этот процесс поможет выявить надёжные информационные источники. Можно попробовать найти ответ на следующие вопросы:

- Какой источник будет наиболее надёжным для получения информации в данном конкретном случае?
- Какие источники с наибольшей вероятностью окажутся справедливыми, объективными, лишёнными скрытых мотивов и прошедшими контроль качества?

Источники информации можно разделить на три категории. Опытный пользователь выбирает несколько различных типов источников и использует их в соответствии со своими запросами.

1. Первичные источники – это оригинальные источники, не предполагающие интерпретации информации. Это исследовательские отчёты, прайс-листы, тексты речей, электронные послания, оригинальные произведения искусства, рукописи, фотографии, дневники, личные письма, устные истории/интервью или дипломатические документы. Во многих сферах и контекстах всегда рекомендуется использовать по возможности первичные источники.

2. Вторичные источники предоставляют поставщики информации; в этом случае информация подвергается интерпретации, анализу или обобщению (например, научные книги, журналы, критический анализ или интерпретация данных). Несмотря на то что рекомендуется использовать первичные источники, в них не обязательно содержится более авторитетная или объективная информация, чем во вторичных источниках. Субъективную оценку и другие формы предвзятого изложения информации можно скорректировать, используя рецензированные вторичные источники. Определение вторичного источника может варьировать, в зависимости от дисциплины или контекста.

3. Третичные источники – это компиляции, указатели и другие организованные источники (например, рефераты, библиографии, пособия, энциклопедии, указатели, хронологические таблицы, базы данных и т. п.), которые содержат дистиллированную информацию из первичных и вторичных источников.

Сравнение этих трёх категорий представлено по материалам библиотеки Университета штата Мэриленд.

Примеры источников информации

Дисциплина	Первичные	Вторичные	Третичные
Искусство и архитектура	Живопись Мане	Критическая статья о произведении искусства	База данных ArtStor
Химия / Естественные науки	Дневник Эйнштейна	Монография о жизни Эйнштейна	Словарь по теории относительности
Инженерное дело / Физика	Патент	База данных NTIS	Инструкция по использованию изобретений

Окончание таблицы

Дисциплина	Первичные	Вторичные	Третичные
Гуманитарные науки	Письмо Мартина Лютера Кинга	Веб-сайт о сочинениях Кинга	Энциклопедия по движению за гражданские права
Общественные науки	Заметки клинического психолога	Статья из журнала по психологии	Учебник по клинической психологии
Театр и кино	Фильм, снятый в 1942 г.	Биография режиссёра	Указатель к фильму

6.2. Информационная грамотность

Информационная грамотность – это набор компетенций с этическими стандартами. Эти компетенции применимы в любом учебном контексте, в том числе в образовательной или профессиональной среде или для саморазвития.

Информационная грамотность предполагает следующие навыки:

- Выявление/осознание информационных потребностей: Что я хочу найти? Какую проблему я пытаюсь решить?
- Выявление источников информации: Что использовать: Интернет, книги или телевидение? Использовать первичные, вторичные или третичные источники?
- Определение местоположения или поиск информации: Где следует искать информацию? К кому обратиться за помощью?
- Анализ и оценка качества информации: Как узнать, насколько надёжна данная информация?
- Организация, хранение или архивирование информации: Как эффективно организовать информацию, полученную из многочисленных источников?
- Использование информации в соответствии с этическими нормами, эффективное и результативное: Как мне следует действовать, чтобы соблюсти авторские права создателей информации?
- Создание и обмен новыми знаниями: Как можно представить мою информацию?

Информационно грамотный человек также знает, когда следует прекратить поиск информации. Невозможно собрать все доступные данные. Информационная грамотность позволяет установить момент, когда собрано достаточное количество информации и достигнута точка насыщения, после достижения которой новая информация не усваивается, несмотря на то, что есть ещё множество других источников.

Люди, обладающие навыками информационной грамотности, могут:

- понимать влияние медиа и формы представления информации в них;
- принимать информированные и независимые решения;
- получать новую информацию об окружающем мире;
- формировать чувство общности;
- поддерживать публичный дискурс;
- продолжать обучение на протяжении всей жизни;
- создавать информацию;
- мыслить критически;
- использовать медиа для самовыражения и творчества;
- использовать медиа с соблюдением соображений безопасности и ответственности;
- участвовать в жизни демократического общества и глобальной информационной сети.

Формы и способы выражения информации постоянно развиваются, следовательно, навыки информационной грамотности также должны непрерывно совершенствоваться. Отдельный человек едва ли в состоянии приобрести все существующие навыки информационной грамотности, но каждый в ответе за непрерывное обновление своих навыков. Чем активнее мы применяем наши навыки в области информационной грамотности, тем глубже становится наше понимание информации.

Процесс обучения информационной грамотности сегодня обычно имеет спонтанный, неформальный и несистематический характер. Как правило, медийная и информационная грамотность формируется без формального образовательного посредника. Это означает, что обучение осуществляется без специального учебного плана, практическим, индуктивным способом, без посторонней помощи, на собственных ошибках, на основе советов ровесников

или подражания их поведению. Крайне редко эту информацию получают из учебников или пособий.

Важность включения информационной грамотности в образовательную программу на систематической основе является несомненной. Есть несколько способов решения этой задачи. Исследования показали, что наиболее типичными являются три следующих модели или их комбинации:

1) вуз включает в программу конкретные предметы, связанные с информационной грамотностью, соответственно, формируются специальные программы и дисциплины;

2) вуз выбирает стратегию наложения учебных планов, полагая, что обучение способности критического отбора информации из медиа и формирование навыков создания и обмена информацией при помощи информационно-коммуникационных технологий должны стать частью преподавания во всех дисциплинах, причём учить этому надо как студентов, так и преподавателей;

3) вуз принимает решение об интеграции медиаобразования практическим, неформальным путём в дополнение к конкретным предметам, или вместо них, или их перекрёстное использование.

В основе всех трёх моделей лежит мысль о том, что информационная грамотность является базовым навыком, то есть опорным для всех остальных и, следовательно, её не надо выделять в отдельный предмет ни как навык, ни как коллективную практику. Правильнее рассматривать её как систематическую интеграцию всего перечисленного и включать в неё систему ценностей, способность критического восприятия и использования творческого подхода. Она вооружает информированную независимую личность средствами для активного участия в постоянно развивающейся общественной сфере.

Преподавание информационной грамотности можно осуществлять на трёх уровнях:

1. Элементарный уровень:

- в аудитории используются преимущественно печатные материалы (комиксы, иллюстрации, книги);
- у студентов нет компьютеров;
- преподаватель устно излагает материал и использует составление историй как инструмент работы в аудитории;
- периодически используются простые презентации;

- опыт работы с медиаинструментами самый элементарный: учащиеся способны включать и выключать компьютеры, запускать программы, но им пока не разрешают работать с ними;

- доступ студентов к библиотечным услугам ограничен.

2. Базовый уровень:

- в аудитории используются электронные и печатные материалы;
- у студентов есть возможность часто работать с компьютерами;
- преподаватель поощряет студентов к активным действиям с информацией: писать и слушать тексты, создавать иллюстрации, записывать звук, фотографировать и т. д.;
- студенты имеют доступ к библиотечным услугам;
- основной упор делается на преимущества и ответственное применение информации.

3. Продвинутый уровень:

- в аудитории доступны и применяются разнообразные источники информации;
- студенты могут использовать компьютеры ежедневно;
- студенты регулярно применяют различные информационные технологии;
- в аудиториях демонстрируются сложные презентации;
- библиотечные услуги доступны студентам каждый день.

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Заполните свою таблицу примеров информационных источников, выбрав 6 любых дисциплин.

2. Какие информационные технологии (программные средства) вы изучали в школе? Как вы считаете, пригодятся (пригодились) ли полученные знания 1) при дальнейшем обучении, 2) в профессиональной деятельности?

3. Использовались ли в вашей школе при обучении различные информационные технологии (презентации, электронные учебники, видеокурсы и т. п.)? Помогло ли это улучшить процесс обучения?

4. Какими программными средствами, по вашему мнению, необходимо владеть специалисту по направлению вашего образования и почему?

7. ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В МЕДИА

7.1. Образование в сфере медийной грамотности

Слово «медиа» происходит от множественного числа латинского слова *medium*, означающего «середину, нечто среднее, промежуточное, посредствующее» [1]. В современном употреблении термин имеет несколько значений.

Во-первых, слово «медиа» ассоциируется со средствами массовой информации – СМИ, например, газетами, телевидением, радио, книгами и Интернетом. Во-вторых, его используют для обозначения медиаконтента: новостей, рекламных объявлений, электронных игр и фильмов. В-третьих, медиа может означать производителей медиаконтента: репортёров, фотографов, медиакомпаний и т. д. Пользователи и аудитория находятся в разных интерактивных отношениях с устройствами, контентом и производителями медиа.

В качестве организации медиа выполняют следующие функции:

- 1) социокультурную: стимулирование коммуникаций;
- 2) развлекательную: предоставляют пользователям различные пространства, предполагающие активное участие пользователей, в том числе виртуальное пространство.

Как и для понятия «медиа», для медийной грамотности существует несколько определений. Будем исходить из утверждения, что «ключевым аспектом медийной грамотности является аналитический подход к медиасреде – способность воспринимать их критически – и решимость выражать себя через медиа» [Там же].

Медийная грамотность включает следующие составляющие:

1. Эстетические и креативные навыки: способность видеть, слышать, создавать и интерпретировать медиаконтент. Студенты могут развивать эти навыки, самостоятельно создавая медиаконтент.
2. Интерактивные навыки: способность общаться при помощи медиа и примерять на себя различные медиароли. Интерактивные навыки указывают на готовность выражать свои мнения и установки.
3. Навыки критического анализа: умение интерпретировать и понимать значение различных медиаконтентов. Студент может интерпретировать и оценивать медиаформы и контент, используя

различные аналитические инструменты. Эти навыки лучше развиваются через изучение многообразных жанров и медиаконтента.

4. Навыки безопасности: умение находить выход из затруднительных ситуаций и избегать их. Важнейшими навыками безопасного поведения в виртуальном пространстве являются защита частного пространства и умение избегать вредоносных контактов и контента.

Информация может быть представлена в медиа различными способами. Окружающая нас культурная среда насыщена образами и изображениями: ежедневно мы сталкиваемся с информацией, представленной медиа на телевидении, в кино, новостях, книгах, Интернете. В большинстве случаев мы делаем свой выбор бессознательно.

Репортёры, авторы, теле- и видеооператоры, издатели и кинопродюсеры используют изображения, звук и письменные тексты, чтобы передать информацию о конкретном событии или по конкретному вопросу. При подготовке и представлении своей версии публике им приходится преодолевать проблемы, связанные с нехваткой времени, пространства, ресурсов и т. п. Таким образом, в зависимости от содержания истории или сообщения, которое они стремятся передать, часто необходимо «представлять» события, упоминая детали, имеющие отношение к расе, полу, сексуальной ориентации, возрасту или классовой принадлежности основных персонажей [14. С. 45].

Выбор контента, который будет представлен общественному вниманию, неизбежно осуществляется работающими в медиа людьми. И их выбор не свободен от субъективности, что иногда становится причиной стереотипного или упрощённого представления информации, что, в свою очередь, может привести к навешиванию ярлыков и стать обоснованием определённых представлений, причём это может происходить и вопреки желанию автора или журналиста. Более того, иногда читатель или зритель может извлечь из изображения или текста смысл, который не вкладывал в него автор.

7.2. Концептуальные рамки анализа медиаконтента

Чтобы «читать между строк», следует анализировать технические способы представления информации в медиатекстах, используя их в качестве отправной точки интерпретации. Внимательное чтение текстов позволяет потребителю информации понять, как сконструированы истории и сюжеты и как работают медиамеханизмы.

Полезно выбрать для анализа текста определённую точку зрения или метод. Это ключевой момент, который позволит направить внимание читателя при анализе текста.

Первая задача, которую следует выполнить в начале анализа, – разбиение на темы и способы их репрезентации в тексте.

Способы разбиения медийного текста включают в себя классификацию, количественную и качественную оценку в аспекте формы и структуры. Также полезно подумать о различных способах представления информации, в частности, метафорах.

Далее следует этап анализа. На этом этапе следует осмыслить значение наблюдений, например:

- Чья точка зрения является центральной в тексте?
- В чём состоит «мораль» истории? Как она представлена?
- Какая информация отсутствует?

Перечисленные выше вопросы могут стать отправной точкой для анализа любого медийного продукта или образа. При более детальном анализе важно учитывать природу конкретного типа медиа.

Новостное сообщение

Журналисты должны ориентироваться в изобилии информации и решать, как организовать её, чтобы наиболее выпукло представить самые важные вопросы и чтобы она была понятна различным представителям аудитории, в разной степени обладающим способностью к пониманию обсуждаемых вопросов. Решения, которые они должны принимать, касаются выбора историй, заслуживающих отражения в новостях, а также способов представления информации.

Повестка новостей строится следующим образом:

1. Медиа выбирают события, которые они считают релевантными среди множества событий. Те события, которые предположительно

но представляют меньший интерес для аудитории, игнорируются.

2. Время и пространство, выделенные на конкретное новостное сообщение, могут быть различными.

3. Таким образом медиа определяют, что одни события являются более важными, чем другие, и формируют повестку новостей.

4. Люди воспринимают последовательность приоритетов, установленную медиа, как свою собственную.

Хотя новостная журналистика стремится к объективности и использованию нейтрального языка, тексты новостей пишутся журналистами, которые выбирают излагаемую ими точку зрения и способы её преподнесения. Новостные тексты и программы создают смысл и формируют действительность.

Даже выбор темы для новостей имеет значение: один вопрос признаётся заслуживающим освещения, а другой нет. При выборе новостей используются критерии актуальности, неожиданности, уникальности и эффект близости:

1. Актуальность – важность новостного сообщения для настоящего момента.

2. Неожиданность – непредсказуемость события, представленного в новостном сообщении.

3. Уникальность – редкость, неповторимость новостного сообщения.

4. Эффект близости – тенденция оценивать значение недавних событий выше, чем более ранних событий.

Хорошее новостное сообщение отвечает на следующие вопросы: Кто? Что? Когда? Где? Почему? Как? Новостное сообщение построено так, чтобы уделить первостепенное внимание наиболее важной теме.

Анализируя новости, можно найти примеры того, как медиа создали положительный или отрицательный имидж конкретным лицам или группам людей, сделали акцент на одном аспекте, оставив в тени другой, или позволили лишь некоторым заинтересованным сторонам принять участие в открытой дискуссии.

При анализе новостей мы можем, например, оценить:

1. Как преподнесены различные действующие стороны (частные лица, группы лиц, компании и т. п.). Мы можем сравнить, сколько внимания (пространства) отведено для конкретной стороны и как часто она упоминается.

2. Что касается качественной оценки, можно рассмотреть, как говорится о конкретных темах и людях (подбор слов, поворот камеры и т. п.).

Следует ответить на следующие вопросы:

- Почему данный вопрос стал темой новостного сообщения?
- С какой точки зрения он рассматривается?
- О чём умалчивает новостное сообщение?
- Кому выгодно освещение этого события? Чей голос услышан, а чей нет? Чья точка зрения является центральной?
- Какие роли отведены людям?
- Представлено ли какое-либо знание как данность?
- Какие виды источников были использованы и как? Какие дополнительные источники можно было бы привлечь?
- Как выбор источников повлиял на высказанную точку зрения?
- За кем остаётся последнее слово – как заканчивается новостное сообщение?
- Можно ли определить позицию журналиста по подбору слов?
- Если анализируется новостное сообщение, опубликованное в печатном издании, какие аспекты акцентируют заголовок, рисунки и подписи к ним?

Также важно понимать, какие журналистские методы можно проследить в новостном сообщении:

- Пытается ли журналист завуалировать проблему?
- Как представлена ситуация: как ошибка, споры, смешная ситуация или как решение проблемы?

Реклама

Рекламу можно условно разделить на две категории: информативная реклама и реклама образа.

Информативная реклама стремится повлиять на индивидуальные модели потребления и/или мнения о конкретном продукте. Целью рекламы может быть изменение или укрепление существующего отношения или образа поведения. Реклама нацелена на немедленное воздействие, например, сообщить о том, что рекламируемый продукт поступил в продажу.

В случае рекламы образа предполагается, что эффект будет более продолжительным. Реклама такого типа стремится создать образ конкретного продукта, услуги или бизнеса. Реклама образа

действует путём создания различных ролей потребителей, что делает её эффект кумулятивным и «долгоиграющим».

Рекламирование часто осуществляется в ходе кампаний, которые включают в себя несколько дополнительных элементов. Различные варианты одной и той же кампании можно видеть в Интернете, на телевидении и в печатных средствах массовой информации. Телевидение часто концентрируется на рекламе образа, в то время как реклама в Интернете и печатных медиа может содержать более подробную информацию о товаре.

В языке рекламы для образности часто используются метафоры, поскольку считается, что они направляют мышление потребителя в нужное русло. Сравнения и аллегории наделяют рекламируемый товар качествами, которыми он в реальности не обладает.

Реклама обычно апеллирует к интеллекту или эмоциям людей. Мотивами, призванными воздействовать на разум, могут быть, например, низкое содержание жира или умеренная цена. В таких рекламных объявлениях обычно приводятся числа, а также используется научная терминология. Мотивами, воздействующими на эмоции, может быть удовольствие от вкуса шоколада или повышенная самооценка в результате приобретения новой одежды.

В социальных медиа иногда трудно отделить рекламу от прочего контента. Такая реклама часто рассылается в соответствии с информацией о возрасте, поле, хобби, месте проживания, предоставленной пользователем или на основе регистрации страниц, посещённых в Интернете. Кроме того, аудитория социальных медиа оказывает помощь рекламодателям, распространяя видео, тесты и игры, опубликованные данной компанией.

При анализе рекламы следует рассмотреть следующие вопросы:

- Кто является целевой аудиторией рекламы? Кого она пытается убедить?
- Какие средства использованы для достижения этой цели?
- Какой дополнительный смысл вносят в рекламу текст и звук? Какую композицию и цвета использовал автор рекламы?
- Какое отражение нашли в рекламе современные ценности и представления?
- Какую информацию о товаре содержит рекламное объявление? Является ли эта информация надёжной?
- Чем рекламируемый товар отличается от аналогичных?

Онлайновые тексты

До публикации в Интернете тексты часто не проверяются на предмет достоверности. Контент, создаваемый пользователями, может содержать фрагментарную, необъективную или неточную информацию. Форумы и блоги могут оказать неоценимую помощь, но могут также способствовать установлению контактов с нежелательными советчиками, рекомендации которых могут оказаться вредоносными. Пользователи Интернета должны знать об опасности, которую таит в себе простодушная вера во всё, что они могут прочитать в Интернете.

Существует множество сайтов, содержание которых побуждает пользователей наносить ущерб самим себе (например, сайты, пропагандирующие самоубийство, анорексию или сектантство). По мере того как упрощается процесс размещения материалов в Интернете, возрастает риск подвергнуться воздействию вредоносного контента. Дети и молодёжь не в состоянии реалистично оценить риски, которые влекут за собой инструкции, опубликованные на таких сайтах.

Проблемы анализа информации, доступной в сети, являются обратной стороной прогрессирующей простоты и доступности публикации в Интернете. На практике это означает, что, например, веб-сайт школьника, являющегося фанатом знаменитости, можно по ошибке принять за официальную страницу кинозвезды. Кроме того, рекламу подчас трудно отличить от подлинной информации.

Иногда в Интернете размещаются самые свежие факты, но всегда следует проверять, согласуются ли они с информацией других источников. Информация, представленная в личном блоге, может существенно отличаться от информации, размещённой на веб-сайте местного сообщества или газеты. Если автор является признанным экспертом, пишущим о своей области знаний, информацию можно считать надёжной. В личных блогах некоторые точки зрения могут быть чрезмерно и преднамеренно акцентированы.

Профессиональный автор стремится, чтобы его тексты были нейтральны, поэтому важно знать, кто является автором текста. Хотя текст может быть подготовлен экспертом, всегда следует обратиться и к другим источникам и проверить, насколько согласуется их содержание.

Если веб-сайт тщательно разработан и удобен для пользователя, материалы излагаются грамотным языком, скорее всего, его создатели серьёзно относятся к своей работе. И наоборот, если сайт беспорядочен, язык небрежен, а факты сбивают с толку, содержанию такого сайта доверять не следует.

Веб-сайты коммерческих компаний создаются с целью повышения продаж. Некоторые из них занимаются только рекламой, но есть и такие, которые содержат полезную информацию.

Однако поскольку речь идёт о коммерции, в данном случае даже факты являются частью маркетинговой кампании. Не следует полагаться на слова специалистов по маркетингу, нужно искать объективную информацию, например, мнения клиентов.

Далее приведены советы по определению надёжности веб-сайта:

1. Издатель:

- Кто распространяет информацию? Известен ли автор, например, в качестве эксперта в своей области?
- Для чего был создан веб-сайт?
- Существуют ли другие медиапродукты, разработанные этим производителем?

2. Качество информации:

- Легко ли отделить мнения, рекламу и прочее от фактов?
- Получил ли материал оценку (издателя, журналиста, эксперта или издательства)? Есть ли ссылки на эти материалы в других источниках? Если другие источники в Интернете, ссылающиеся на этот ресурс? (Обычно это является свидетельством всеобщего одобрения.)
- Обоснованы ли представленные на сайте точки зрения?
- Не создаётся ли впечатления, что предпочтение отдано одной точке зрения?
- Подкреплены ли факты упоминанием источников, из которых они получены? Насколько актуальны факты и источники?
- Что можно сказать о правильности языка и дизайне веб-сайта?
- Когда страница обновлялась в последний раз – является ли информация по-прежнему достоверной? Указана ли дата публикации?
- Является ли информация достаточно подробной или это только основы, более научной или популярной?

3. Подтверждаемость информации:

- Удалось ли найти аналогичную информацию в нескольких независимых источниках?
- Почему нужно верить этой информации?

Кино и телевидение

При анализе динамических изображений следует многократно просматривать материалы и уделять внимание различным аспектам аудиовизуальной коммуникации: работа оператора, звук и монтаж.

Кинофильмы и телевизионные передачи состоят из кадров, непрерывной последовательности кинокадров. Кадры группируются в сцены, которые составляют историю. Монтаж – это процесс выбора последовательности звуков и изображений для создания сюжетно-тематической картины.

Эстетический анализ фокусируется на персонажах, сюжете, окружении, а также визуальном и акустическом впечатлении. Для такого анализа используют следующие вопросы:

- Как камера, освещение, декорации и музыка усиливают впечатление, которое производит главный герой?
- В каких отношениях состоят главные герои?
- Каковы основные поворотные моменты сюжета и как они сконструированы?
- Как физическое окружение усиливает умственное восприятие – или они находятся в диссонансе?
- Как используются звуковые эффекты?

Социальный анализ направлен на изучение связи фильма/передачи с определённым жанром, современными или историческими событиями и использует субъективные коннотации. Анализ может быть построен на следующих вопросах:

- Является ли фильм/передача типичным произведением определённого жанра (комедии, трагедии, драмы, научной фантастики и прочего) или наблюдается смещение жанров?
- Содержат ли они упоминание политических вопросов?
- Какие ценности и убеждения пропагандирует фильм/передача?
- Являются ли персонажи типичными представителями определённых типов, групп или классов?

Для анализа повествовательного содержания фильма или передачи мы концентрируем внимание на развитии главных героев, их окружении и символах. Рекомендуется использовать следующие вопросы:

- Как на протяжении фильма развиваются характеры главных героев?

- Как изменяются их отношения с другими персонажами?
- Как изменяется окружение главных героев по мере развития сюжета?
- Какие метафоры и «иллюстрированные размышления» можно отметить в фильме?

Реальное телевидение

Жанр реального телевидения, предусматривающий съёмки ситуаций реальной жизни в условиях, приближённых к реальности, и отсутствие сценария, стал популярен в XXI в. Реалити-шоу могут быть документальными; их темой может быть, например, жизнь знаменитой личности. Передачи могут быть основаны на дискуссии, соревновании, поиске спутника жизни или работы; это могут быть комедийные съёмки скрытой камерой. Большинство реалити-шоу имеют международный формат.

«Реальность» в реальном телевидении основана на использовании «обычных людей» вместо актёров. Складывается впечатление, что такие шоу создаются без сценария или специальных декораций, хотя на самом деле большая часть действия может быть разыграна по сценарию. Основой для многих реалити-шоу становятся многочасовые съёмки, из которых лишь небольшие фрагменты попадают на экран телезрителя. Огромная популярность реалити-шоу в некоторой степени определяется тем, что зрителю более понятны эмоции «реальных людей», чем вымышленных персонажей.

Реальное телевидение можно оценить, например, по чувству реальности, которое они обеспечивают:

- Как поставлены сцены?
- Как произведён отбор исполнителей?
- Как «реальность» шоу трансформирована при помощи постановки, монтажа, съёмки, музыки, звуковых эффектов и т. д.?
- Насколько реальны события?
- Были ли реплики исполнителей написаны заранее?

Музыкальные видеоклипы

Музыкальные видеоклипы выпускаются для содействия продажам дисков исполнителей: в этом смысле музыкальные видеоклипы являются своего рода рекламой артиста или бренда. Цель видеоклипа заключается в том, чтобы оказать воздействие на зрителя.

В них содержатся многочисленные метафоры и стереотипы, именно на эти аспекты и следует обращать внимание при их анализе.

Темп музыкальных видеоклипов динамичен, стиль насыщен и интенсивен, что также верно и для аудиовизуальных рекламных роликов. Образность музыкальных видео фрагментарна и подчёркивает многослойный характер популярной музыки: одни визуальные элементы являются отражением ритма, другие подкрепляют определённую мелодическую линию.

Визуальное повествование музыкальных видеоклипов обычно построено на структуре песни. Как отдельные части следуют одна за другой, например, переход от стиха к хору, визуальное повествование также может видоизменяться. Танец и телодвижения являются неотъемлемым компонентом визуализации музыки. Кадры меняются в такт музыке. Кроме того, возникающие на экране события, например, взрывы, обвалы идвигающиеся автомобили, синхронизированы с музыкой.

Можно отметить следующие характерные черты музыкальных видео:

- резкие переходы;
- съёмка ручной камерой;
- необычные углы съёмки (например, съёмка с точки, значительно превышающей высоту птичьего полёта);
- вращение камеры или объекта;
- крупные и очень крупные планы;
- специальные эффекты в использовании цвета, монтаже, дроблении изображения;
- ритм визуального потока следует за ритмом музыки.

При анализе музыкальных видеоклипов следует обращать внимание на следующие моменты:

- Почему продюсер сделал именно такой выбор?
- Почему в некоторых сценах камера вращается?
- Какую роль играют очень крупные планы?
- Какие метафоры или ассоциации с произведениями популярной культуры удалось выявить?
- Какова общая атмосфера?
- Проводником каких ценностей и представлений является данный видеоклип?

Вопросы и задания для самоконтроля

1. Проанализируйте основные новостные передачи на одном из каналов по вашему выбору. Сравните новостные сообщения этого канала с новостями на одном из веб-сайтов за этот же день. Какие сходства и различия вы обнаружили в выражениях и контенте? Одинаковы ли темы новостей? Обдумайте различия. Какой из источников предоставляет более объективную информацию?
2. Найдите в молодёжном журнале объявление объёмом в одну страницу и проанализируйте его, используя предложенные вопросы.
3. Изучите несколько агитационных материалов одной политической кампании. Оцените эффективность кампании в целом на основе той роли, которую сыграли унифицированная графика, девизы и послания.
4. Используя предложенные вопросы, проанализируйте контент вебсайта, адресованного молодёжной аудитории.

ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ

Лабораторная работа 1 Поисковые системы и поисковые запросы

Целью работы является ознакомление с наиболее известными поисковыми системами и их возможностями.

Задание 1. ПОИСКОВЫЕ СИСТЕМЫ

Этапы выполнения задания:

1. Запускаем установленный в операционной системе браузер.

2. В адресную строку браузера копируем ссылку (рис. 1):

http://yaca.yandex.ru/yaca/cat/Computers/Internet/Search_Engines/
Нажимаем Enter.

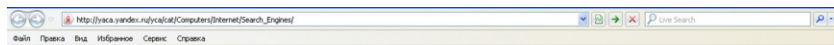


Рис. 1. Адресная строка браузера

В результате должен открыться каталог поисковых систем, представленный на рис. 2.

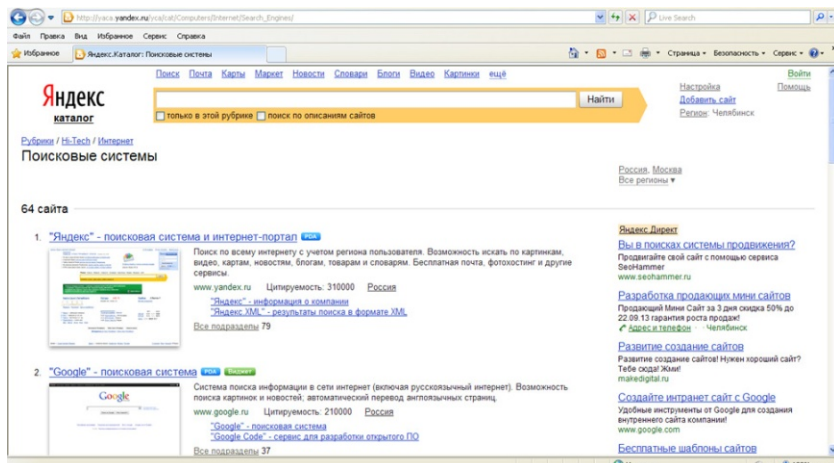


Рис. 2. Каталог поисковых систем

3. Для выполнения работы необходимо из представленного каталога выбрать следующие поисковые системы:

- Яндекс – поисковая система и интернет-портал;
- Google – поисковая система;
- Yahoo! – поисковая система;
- Bing – поисковая система Microsoft;
- Metabot.ru – поисковая система.

4. В каждой системе нужно реализовать один и тот же поисковый запрос, связанный с вашей специальностью или личной сферой интересов.

Примеры запросов: Олимпиада в Сочи 2014, погода в Челябинске, ближайшие концерты в Челябинске, решение задач по математическому анализу и т. п.

5. Результат поискового запроса в виде Print Screen вставляется в отчёт (рис. 3).

Внимание: открывать страницы и документы, которые являются результатами запроса, не нужно!

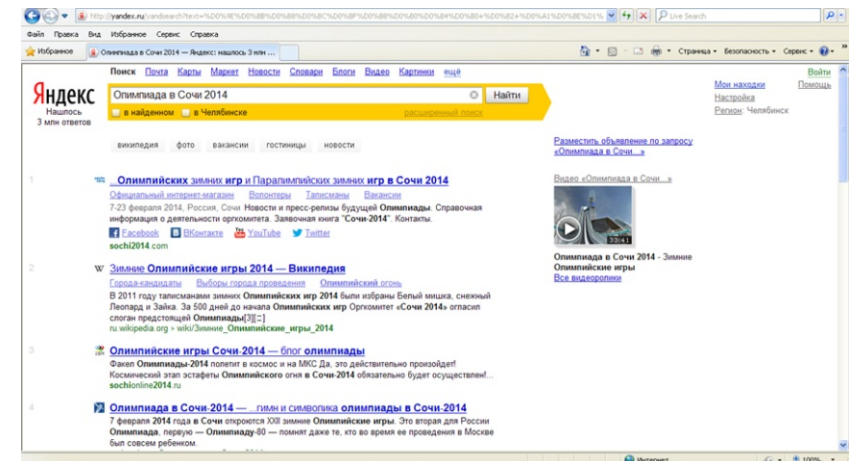


Рис. 3. Результат поискового запроса

6. Итоги ознакомления с выбранными поисковыми системами оформляются в виде развёрнутого вывода, который должен для каждой системы раскрывать следующие характеристики:

- дизайн и оформление (нравится/не нравится, яркий/тусклый, оригинальный/стандартный и т. п.);

- возможность поиска графических изображений, видео- и аудио-файлов, электронных документов и т. д.;
- дополнительные возможности: почта, погода, пробки, карты и т. п.;
- удобство работы с системой (автоматическая коррекция орфографии, выпадающие списки-подсказки и т. п.);
- реклама (есть/нет, мешает работе или нет и т. п.);
- результаты запроса (являются ли результаты запроса полезными по выбранной теме или нет);
- любые другие характеристики на выбор.

Оценка результатов: количество баллов за первое задание будет зависеть от содержательности и оригинальности вывода.

Задание 2. ПОИСКОВЫЕ ОПЕРАТОРЫ В ЯНДЕКСЕ

Этапы выполнения задания:

1. Ознакомьтесь с функциональным назначением следующих операторов поисковой системы Яндекс: двойные кавычки, амперсанд, звёздочка, слеш.

Функциональное назначение операторов:

1. Двойные кавычки – « » (“ ”): поиск без изменения порядка слов.

Пример корректного использования: поиск словосочетания «экономика организации», поскольку при изменении порядка слов («организация экономики») смысл запроса меняется (рис. 4).

2. Амперсанд – &: поиск слов в одном предложении.

Пример корректного использования: поиск сочетания слов «1С Бухгалтерия 8» (рис. 4).

3. Звёздочка – *: поиск пропущенного слова.

Пример корректного использования: поиск забытого слова в названии книги «Жизнь Клима Самгина» (рис. 4).

4. Слеш – / : поиск пропущенных слов, не более указанного количества.

Пример корректного использования: поиск слов в названии книги «Рассуждение о первой декаде Тита Ливия» (рис. 4).

2. Для каждого из операторов необходимо придумать по два корректных примера и реализовать поисковой запрос.

3. Результаты поискового запроса в виде Print Screen вставляются в отчёт. Для каждого примера необходимо указать, какой оператор использован и с какой целью.

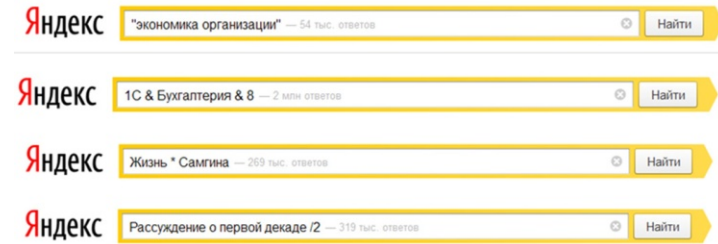


Рис. 4. Результат поисковых запросов с поисковыми операторами (Яндекс)

Оценка результатов: количество баллов за второе задание будет зависеть от корректности реализованных примеров.

Задание 3. ПОИСКОВЫЕ ОПЕРАТОРЫ В GOOGLE

Этапы выполнения задания:

1. Ознакомьтесь с функциональным назначением следующих операторов поисковой системы Google: site, filetype.

Функциональное назначение операторов:

1. Site: поиск на указанном сайте.

Пример корректного использования: поиск расписания на сайте ЧелГУ (рис. 5).

2. Filetype: поиск файлов определённого типа.

Пример корректного использования: поиск учебников по экономике в формате *.pdf (рис. 5).



Рис. 5. Результат поисковых запросов с поисковыми операторами (Google)

2. Для каждого из операторов необходимо придумать по два корректных примера и реализовать поисковой запрос.

3. Результаты поискового запроса в виде Print Screen вставляются в отчёт. Для каждого примера необходимо указать, какой оператор использован и с какой целью.

Оценка результатов: количество баллов за третье задание будет зависеть от корректности реализованных примеров.

Лабораторная работа 2 Справочно-правовые системы

Целью работы является ознакомление с наиболее известными справочно-правовыми системами и их возможностями.

Задание 1. СИСТЕМА «ГАРАНТ»

Этапы выполнения задания:

1. Запустите систему «Гарант» (рис. 6).

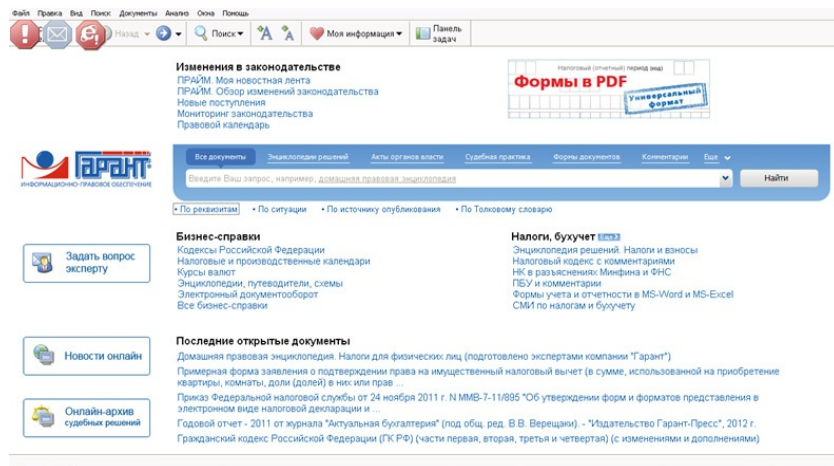


Рис. 6. Стартовая страница системы «Гарант»

2. Зайдите в раздел «Бизнес-справки/Кодексы Российской Федерации», откроется перечень кодексов, действующих в Российской Федерации (рис. 7).

3. Выберите Налоговый кодекс. Воспользовавшись поисковой строкой (рис. 8), найдите статьи, содержащие:

- понятие налога;
- сведения о налоговых санкциях;
- полномочия таможенных органов.

Внимание: если при поиске слово выделяется красным, значит, такое слово в выбранном документе отсутствует.

Print Screen с перечнем статей занесите в итоговый отчёт.

4. Для Налогового, Гражданского и Трудового кодекса занесите в отчёт сведения о количестве частей, которые они содержат,

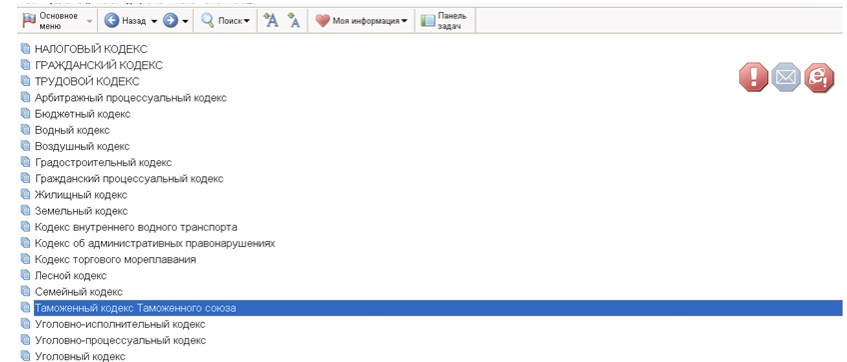


Рис. 7. Кодексы Российской Федерации

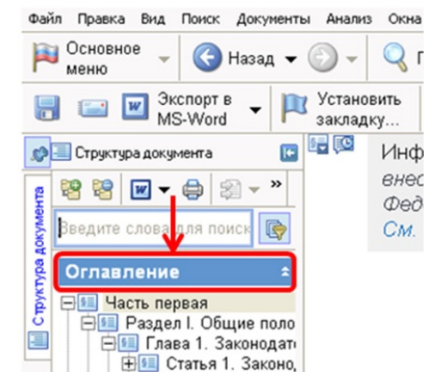


Рис. 8. Поисковая строка документа

в форме табл. 1. Указания к заполнению прочих частей таблицы содержатся далее по тексту.

Таблица 1

Сведения о кодексах

Параметр	Налоговый	Гражданский	Трудовой
1. Количество частей			
2. Количество редакций			
3. Дата/номер актуальной редакции			

5. Зайдите в «Трудовой кодекс». Выберите «Изменения в документе/Обзор изменений документа» (рис. 9).

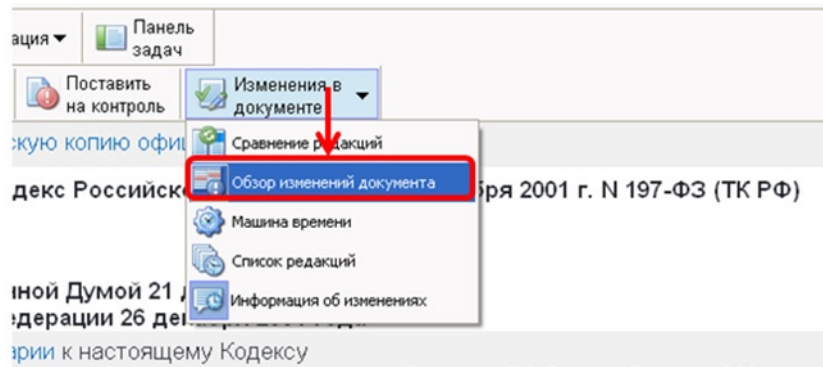


Рис. 9. Обзор изменений Трудового кодекса

6. Просмотрите последние изменения в документе. Сделайте Print Screen найденных изменений (рис. 10).

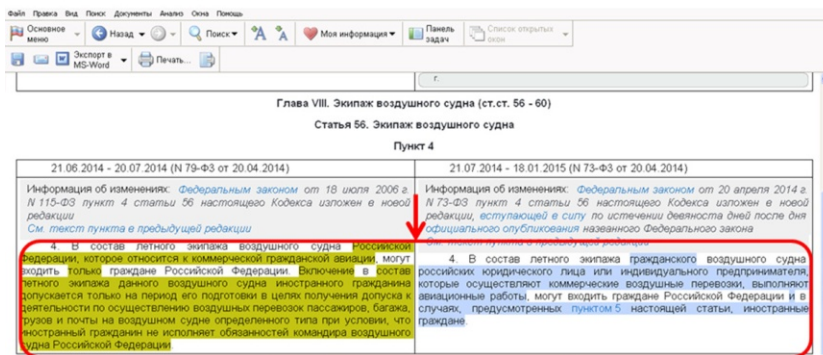


Рис. 10. Изменения в статье 54

7. Прodelайте аналогичный поиск изменений для Водного и Земельного кодексов. Сделайте Print Screen изменений.

8. Вернитесь в Трудовой кодекс и выберите «Изменения в документе/Список редакций» (рис. 11).

9. Зафиксируйте в табл. 1 для Налогового, Гражданского и Трудового кодекса общее количество редакций, а также номер и дату актуальной редакции (рис. 12).

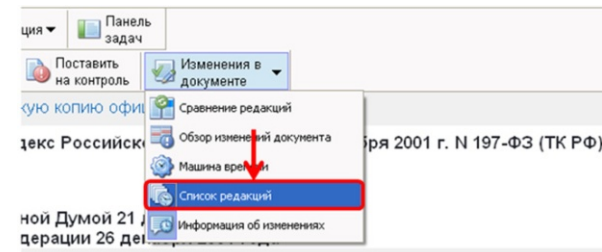


Рис. 11. Список редакций

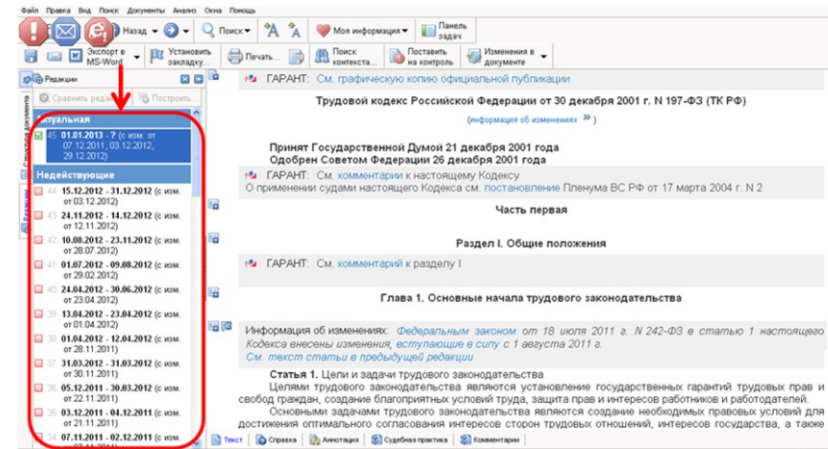


Рис. 12. Список редакций Трудового кодекса

10. Перейдите в «Земельный кодекс» и найдите в нём главу IX «Защита прав на землю и рассмотрение земельных споров». Сделайте закладку данной главы, нажав на кнопку «Установить закладку» (рис. 13). Измените имя, заданное по умолчанию, на «Защита прав на землю». В результате на панели слева появится дополнительный раздел «Закладки», который будет содержать перечень закладок к данному документу (рис. 14). Сделайте Print Screen полученной закладки и поместите его в отчёт.

11. Нажмите правой кнопкой мыши по созданной закладке и удалите её (рис. 15).

12. Создайте закладки глав V и VI Воздушного кодекса. Сделайте Print Screen и поместите его в отчёт.

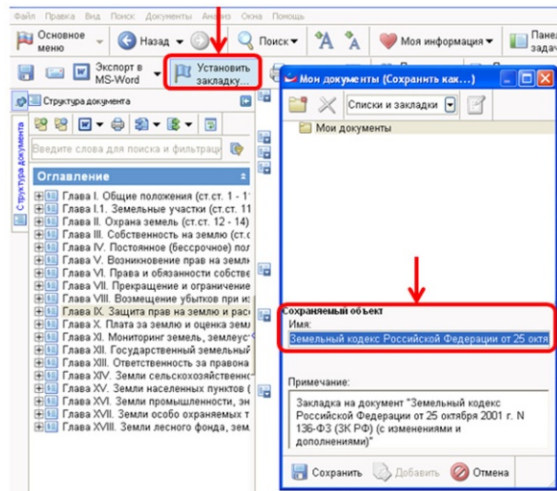


Рис. 13. Создание закладки главы IX

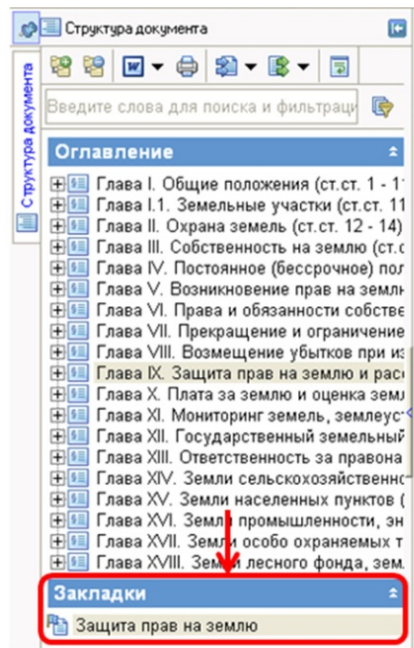


Рис. 14. Представление закладки на боковой панели

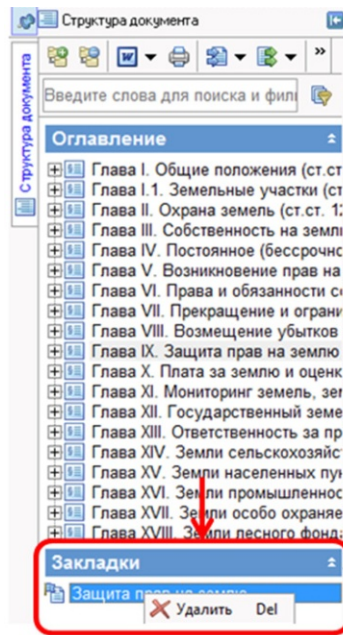


Рис. 15. Удаление закладки

13. Вернитесь на стартовую страницу и перейдите в раздел поиска «По реквизитам». В результате откроется страница, представленная на рис. 16.

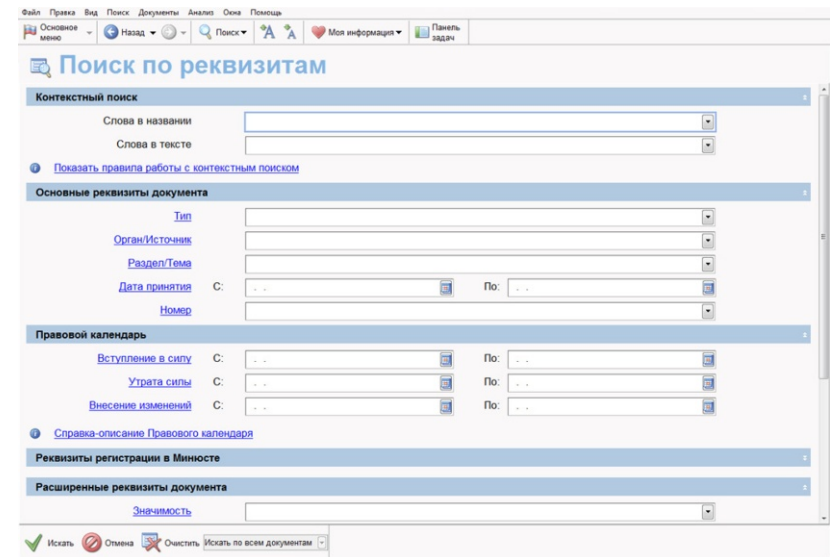


Рис. 16. Поиск по реквизитам

14. Произведите поиск документов: «Тип – Информационное письмо». Сделайте Print Screen результатов поиска.

15. Произведите поиск документов: «Источник – Органы законодательной власти России и СССР». Сделайте Print Screen результатов поиска.

16. Вернитесь на стартовую страницу и перейдите в раздел поиска «По ситуации» (рис. 17). В результате откроется страница, представленная на рис. 18.

17. Произведите поиск по ситуации «Образование/Образовательные программы + Профессиональное обучение» (рис. 19). Сделайте Print Screen результатов поиска.

18. Произведите аналогичный поиск по ситуации: «Акции/Арест акций + Дробные акции + Покупка акций». Сделайте Print Screen результатов поиска.

19. Среди результатов поиска найдите Федеральный закон «О защите конкуренции». Откройте его, сделайте Print Screen.

Узнайте стоимость написания студенческой работы на заказ
<http://учебники.информ2000.pf/napisat-diplom.shtml>

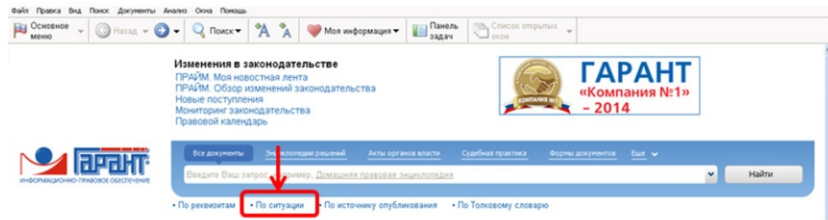


Рис. 17. Раздел поиска «По ситуации»

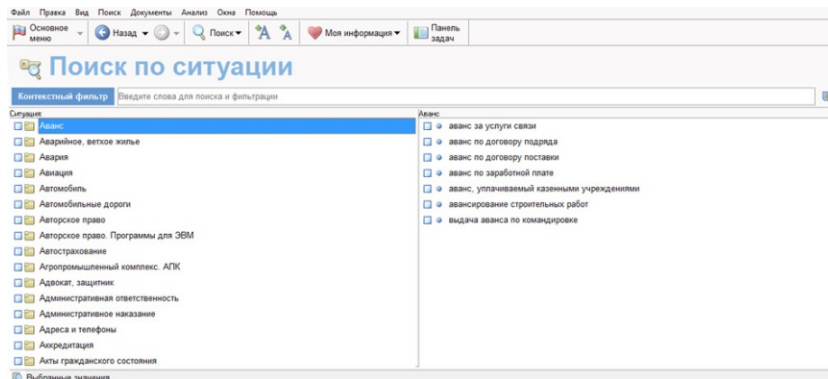


Рис. 18. Поиск по ситуации

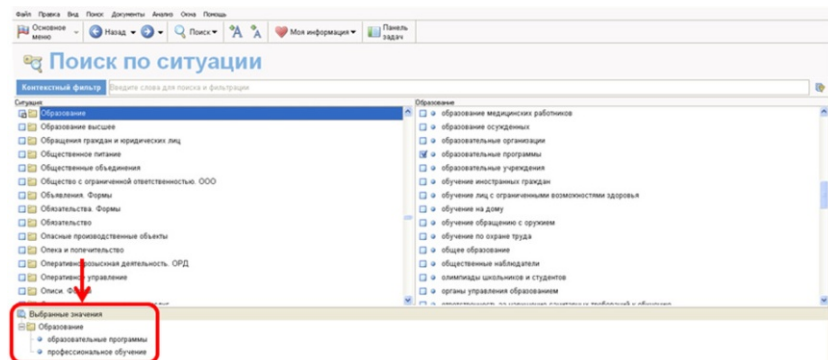


Рис. 19. Поиск по ситуации «Образование»

20. Нажмите кнопку «Экспорт в MS-Word» (рис. 20). Выберите из раскрывающегося списка «Новый документ» и сохраните его в свою папку.

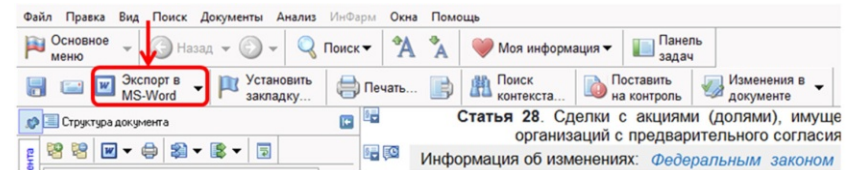


Рис. 20. Экспорт документа в Microsoft Word

21. Прodelайте аналогичную операцию с Федеральным законом «О центральном банке Российской Федерации» и Федеральным законом «Об акционерных обществах».

Задание 2. СИСТЕМА «КонсультантПлюс»

Этапы выполнения задания:

1. Запустите систему «КонсультантПлюс» (рис. 21).

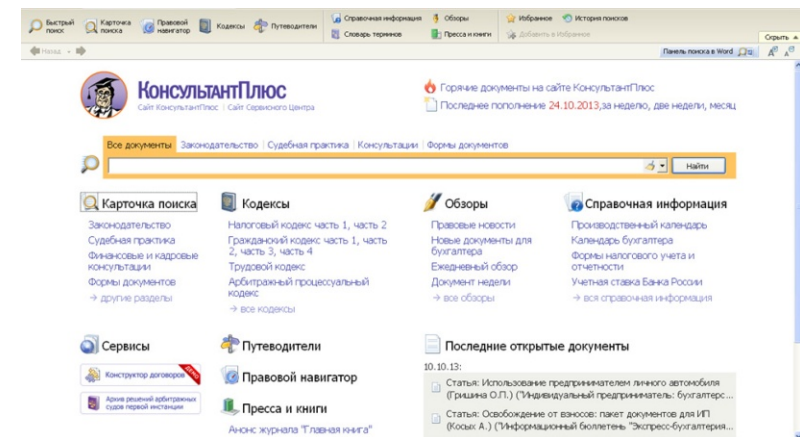


Рис. 21. Стартовая страница системы «КонсультантПлюс»

2. Перейдите в карточку поиска раздела «Законодательство» (рис. 22).
 3. Произведите поиск документов: «Тематика – Труд и занятость населения» (рис. 23). Сделайте Print Screen полученных результатов (рис. 24).

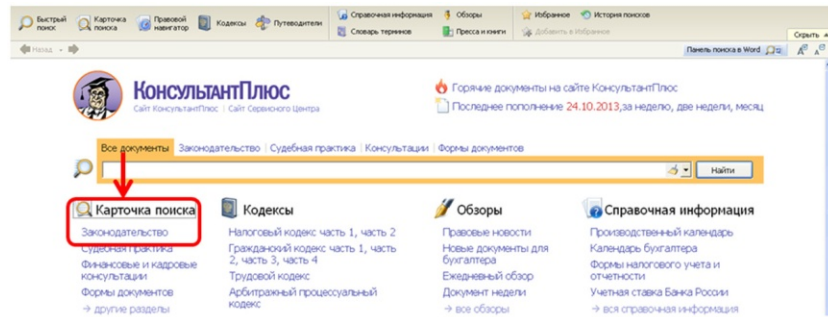


Рис. 22. Карточка поиска раздела «Законодательство»

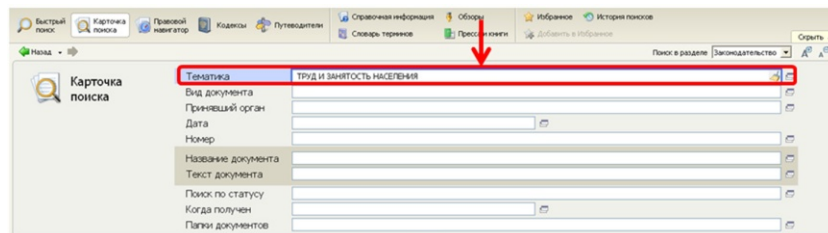


Рис. 23. Поиск по тематике «Труд и занятость населения»

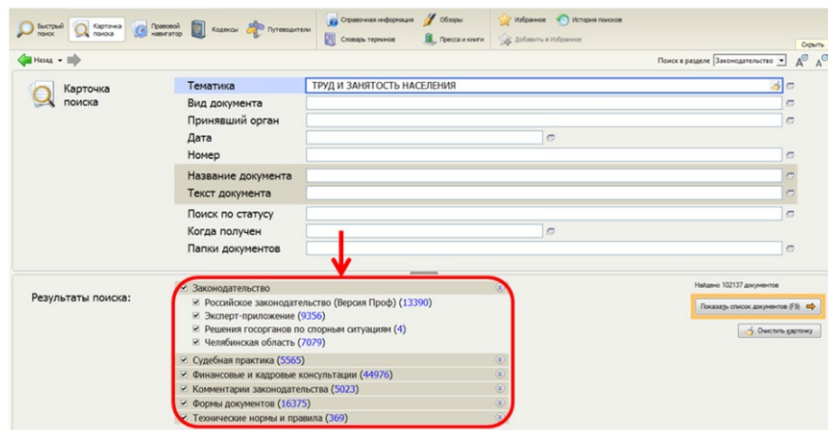


Рис. 24. Результаты поиска по тематике «Труд и занятость населения»

4. Выполните поиск по 3 любым тематикам. Сделайте Print Screen.
5. Для последнего результата поиска постройте список документов. Сделайте Print Screen (рис. 25).

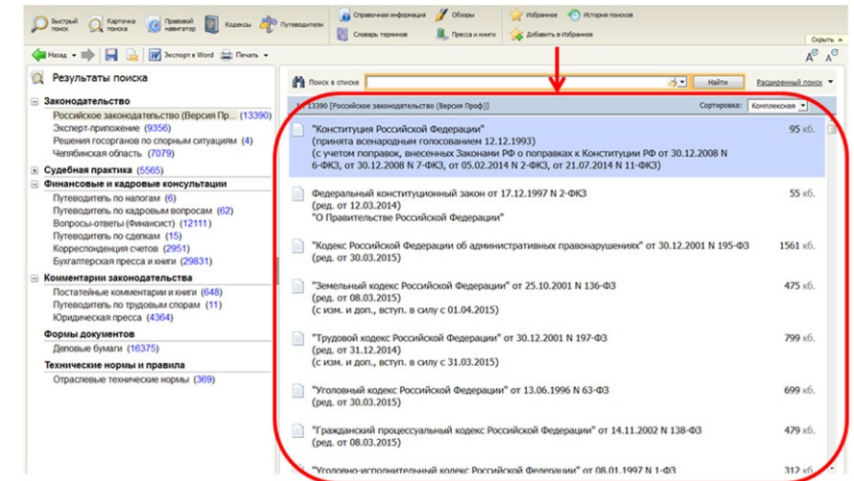


Рис. 25. Список документов, построенный по результатам поиска

6. Выполните поиск по «Виду документа»:

 - кодекс;
 - доктрина;
 - реестр.

Сделайте Print Screen результатов поиска (рис. 26).

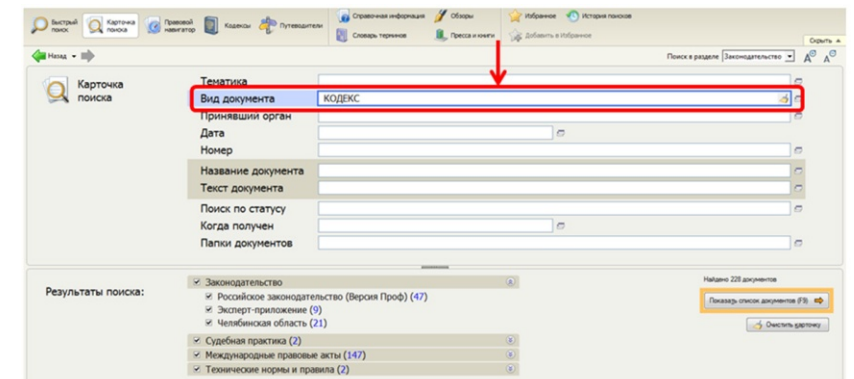


Рис. 26. Результаты поиска по виду документа «Кодекс»

7. Перейдите в раздел «Правовой навигатор» (рис. 27).

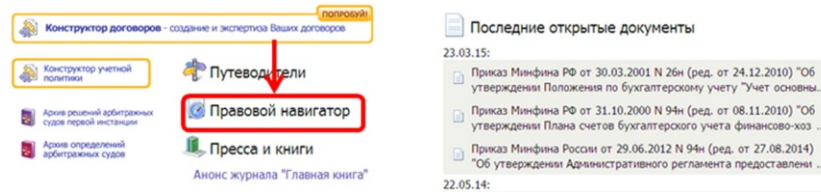


Рис. 27. Правовой навигатор системы «КонсультантПлюс»

8. Выполните поиск документов, освещающих «Бронирование мест» на пассажирских перевозках (рис. 28). Сделайте Print Screen отображенных документов.

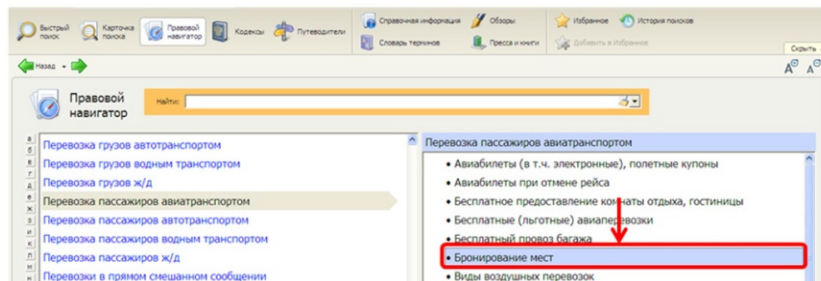


Рис. 28. Поиск документов, освещающих «Бронирование мест» на пассажирских перевозках

9. Выполните поиск в разделе «Правового навигатора» по двум любым интересующим вас аспектам. Сделайте Print Screen отображенных документов.

10. Перейдите в раздел «Кодексы» (рис. 29).

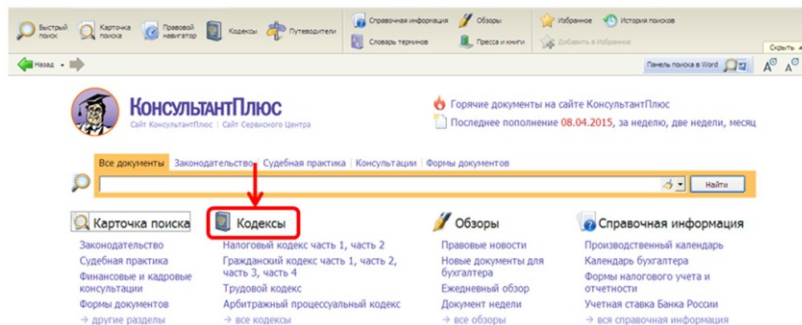


Рис. 29. Кодексы системы «КонсультантПлюс»

11. Раскройте «Уголовный кодекс» и просмотрите его оглавление (рис. 30). Сделайте Print Screen.

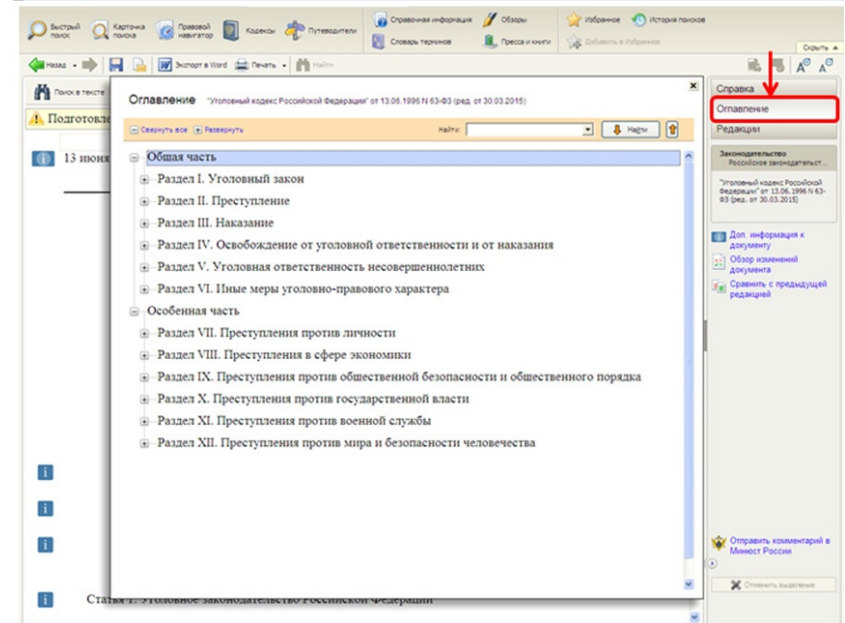


Рис. 30. Оглавление документа

12. Откройте список редакций Уголовного кодекса. Выберите две любые редакции и сравните их между собой (рис. 31). Сделайте Print Screen найденных изменений (рис. 32).

13. Экспортируйте Уголовный кодекс в Microsoft Word и сохраните в своей папке.

14. Добавьте Уголовный кодекс в избранное (рис. 34). Проверьте, что документ находится в списке избранного (рис. 35).

15. Добавьте в избранное два любых документа и сделайте Print Screen списка избранного.

16. Перейдите в раздел «Формы документов» (рис. 36).

17. Выполните поиск по названию документа – «Авансовый отчёт». Постройте список документов.

18. Посмотрите авансовые отчёты разных форм. Сделайте Print Screen формы № АО-1 за 2015 г.

Узнайте стоимость написания студенческой работы на заказ
<http://учебники.информ2000.pf/napisat-diplom.shtml>

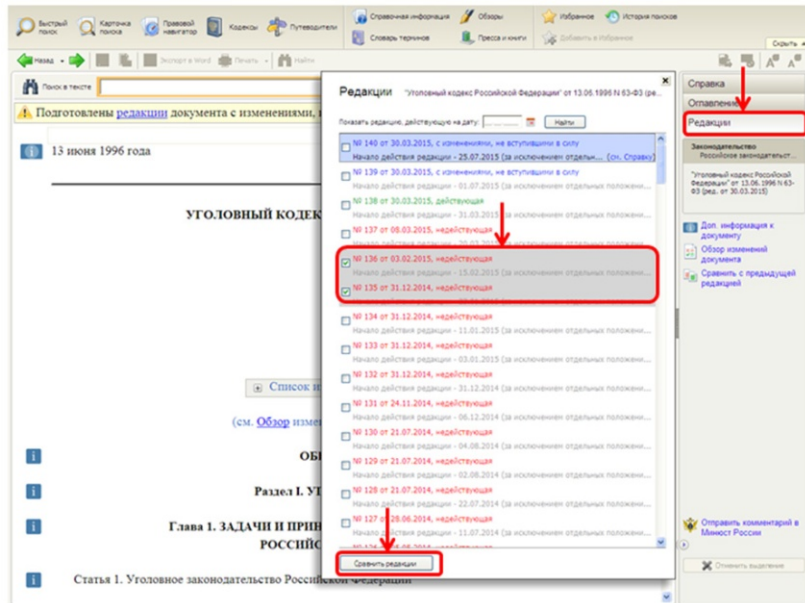


Рис. 31. Сравнение редакций документа

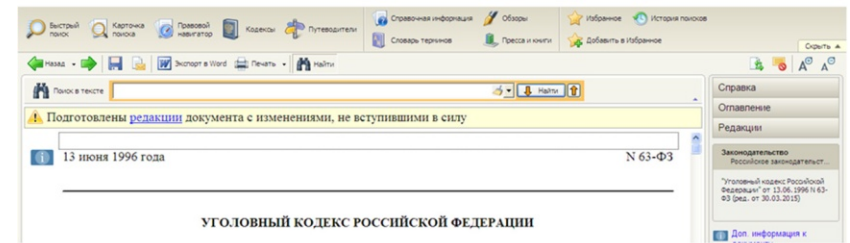


Рис. 33. Экспорт документа в Microsoft Word

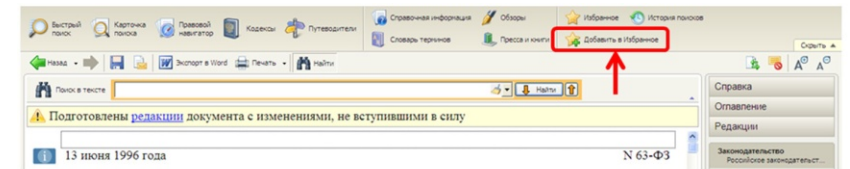


Рис. 34. Добавление документа в избранное

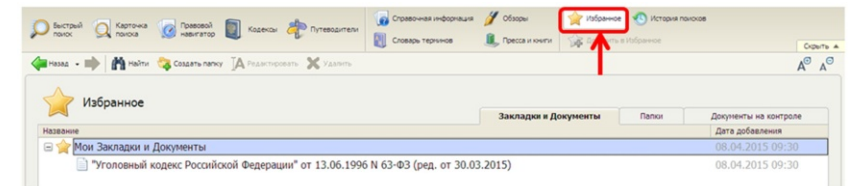


Рис. 35. Список избранных документов

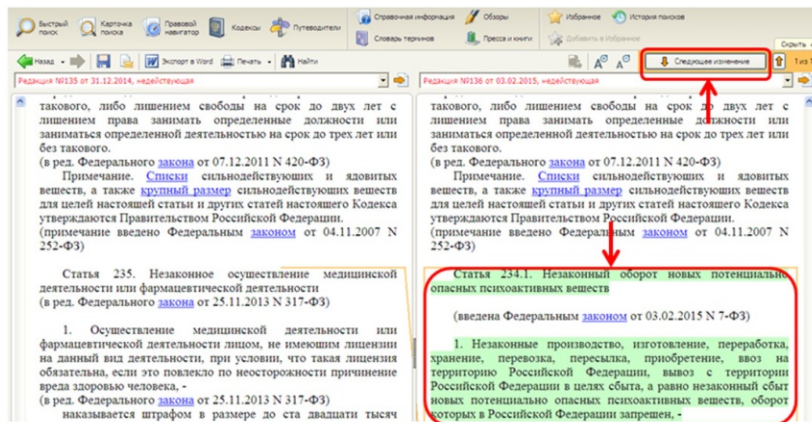


Рис. 32. Просмотр изменений в документе

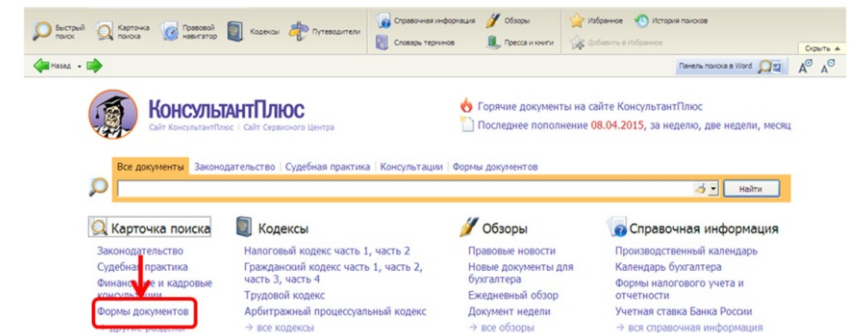


Рис. 36. Раздел «Формы документов»

19. Просмотрите типовые формы и сделайте Print Screen для документов – «Счёт на оплату товаров», «Ведомость учёта кассовых оборотов».

20. Сделайте итоговый вывод, сравнив возможности обеих систем. Примерный перечень критериев для сравнения:

- возможность поиска по документу;
- возможность просмотра реквизитов документа (оглавление, список редакций и т. д.);
- возможность просмотра изменений в документе, сравнения редакций;
- возможность поиска документов по различным критериям;
- возможность сохранения документа в отдельный файл;
- возможность создания закладок;
- удобство программного интерфейса;
- скорость выполнения операций и др.

Оценка результатов: количество баллов за задание будет зависеть от содержательности и оригинальности вывода.

Лабораторная работа 3 Информационное свёртывание научной статьи

Целью работы является приобретение навыков составления аннотации и тезисов по предложенной статье.

Задание 1. АННОТАЦИЯ

Этапы выполнения задания:

1. Внимательно прочитайте предложенную преподавателем статью.
2. Изучите справочный материал по составлению аннотации, приведённый ниже.

Справочный материал:

По существующим в современной науке правилам каждая научная статья, предназначенная для публикации, должна сопровождаться аннотацией – краткой характеристикой статьи с точки зрения её назначения и содержания.

Аннотация помещается перед статьёй или в самом её начале – это общее правило для всех научных журналов, отечественных и зарубежных. Аннотация к статье на русском языке озаглавляется буквально: «Аннотация». Аннотация к статье на английском языке подаётся под заголовком «Abstract».

Аннотация к научной статье должна включать:

- фамилию и инициалы авторов;
- название статьи;
- указание на объект исследования и его краткую характеристику;
- актуальность и уникальность темы исследования;
- указание на методологию исследования;
- основные результаты исследования и их научную новизну.

Объём аннотации небольшой, как правило, он не превышает 500 печатных знаков (включая пробелы и знаки препинания). Это оптимальный объём для незатянутой передачи сути статьи, поэтому он рекомендован к использованию в ГОСТ 7.9-95 СИБИД (для русскоязычных статей) и принят во всём мире.

Фразы, рекомендуемые для написания аннотации к научной статье:

1. Указание на объект исследования:

- В данной статье рассматривается проблема...
- В статье затрагивается тема...
- Статья посвящена комплексному исследованию...
- Целью статьи является анализ изучения...
- В статье анализируется...

2. Актуальность:

- Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме...
- Предложенный подход будет интересен специалистам в области...

3. Методология:

- Дается сравнение...
- Выделяются и описываются характерные особенности...
- Основное содержание исследования составляет анализ...

4. Результаты:

- Автор делает выводы о...
- На основе изучения... установлено...
- Статья раскрывает содержание понятия...
- В статье обобщён новый материал по исследуемой теме, вводятся в научный оборот...
- Автором предложены...

Примеры аннотаций из «Вестника Южно-Уральского государственного университета», серия «Экономика и менеджмент»:

Аннотация

Статья И. В. Даниловой и Е. В. Баженовой «Бюджетная реформа на муниципальном уровне» посвящена практическим аспектам реформирования налогово-бюджетной сферы местного самоуправления и перспективам развития фискальной самостоятельности муниципальных образований на примере муниципального района Челябинской области. Авторами предложен бюджетный анализ, позволяющий выявить проблемы и определить направления дальнейшего реформирования, а также определены перспективы развития межбюджетных отношений на муниципальном уровне.

Аннотация

В статье Ал. А. Мальцева «Социально-экономические последствия глобализации рынка энергетического сырья» рассмотрены основные особенности современного этапа глобализации сырьевого сектора мировой экономики. Её проявления разобраны на примере рынка энергетического сырья. Выявлены социально-экономические последствия глобализации минерально-сырьевого комплекса, проявляющиеся во взаимопереплетении сырьевого и продовольственного кризисов на мировых рынках.

Аннотация

Статья Т. В. Денисовой «Особенности расчёта резервов на предприятиях общественного питания» посвящена созданию резервов на предприятиях общественного питания в условиях риска и неопределённости для обеспечения принципа непрерывности. Автором предложен порядок формирования группы резервов, используемых при построении резервного комплекса, основанный на риск-ориентированном подходе. Выявлено соответствие особенностей деятельности предприятий общественного питания, выявленного риска и создаваемого резерва.

Аннотация

В статье К. Э. Габрина «Математическая модель взаимодействия социально-экономических и экологических систем» выполнен анализ текущего состояния экологической и техногенной безопасности территорий городских поселений. Выявлена тенденция экологизации, приобретающая выраженную практическую направленность и имеющая большое значение для развития народного хозяйства. Установлено отсутствие теоретической базы, позволяющей обеспечить безопасное для природной среды развитие городских поселений и необходимой для правильного выбора управляющих воздействий на субъекты градостроительной деятельности, позволяющих эффективно реализовать стратегию устойчивого развития территорий.

3. Составьте аннотацию к предложенной преподавателем статье, руководствуясь следующими требованиями:

- 1) длина аннотации не должна превышать 4–5 предложений;
- 2) необходимо соблюдать представленное в примерах оформление;
- 3) аннотация не должна содержать цитирования статьи или являться полным либо частичным пересказом её текста.

Задание 2. ТЕЗИСЫ

Этапы выполнения задания:

1. Внимательно прочитайте предложенную преподавателем статью.

2. Изучите справочный материал к составлению тезисов, приведённый ниже.

Справочный материал:

Тезисы – кратко сформулированные основные положения доклада, научной статьи, лекции, сообщения и т. п. Организационные комитеты многих научных собраний (конференций, симпозиумов и т. п.) требуют от участников тезисы представляемых работ. Как правило, перед началом работы конференции или другого собрания, публикуется сборник тезисов, который затем выдаётся участникам [5. С. 256].

Наличие у участников сборника тезисов даёт возможность ознакомиться с представляемыми работами, оценить степень значимости той или иной работы, выбрать для себя наиболее интересные работы с целью дальнейшего обсуждения их авторами.

3. Составьте тезисы к данной статье, руководствуясь следующими требованиями:

- 1) длина тезисов не должна превышать 1 страницы;
- 2) тезисы начинаются с выходных данных на русском языке (название, фамилии и инициалы авторов и др.). Оформление тезисов соответствует оформлению предложенной статьи;
- 3) тезисы состояются из ключевых положений предложенной статьи. Допустимо объединение нескольких предложений в одно, изъятие части слов/словосочетаний без потери общего смысла, пересказ с сохранением исходного смысла;
- 4) тезисы должны представлять собой связный текст. Не допускается оформление тезисов в виде маркированного или нумерованного списка.

Оценка результатов: количество баллов за задание будет зависеть от выполнения предложенных требований и общего соответствия результата работы содержанию понятий аннотации и тезисов.

Лабораторная работа 4 Оформление реферата

Целью работы является приобретение навыков оформления реферата.

Задание 1. ТИТУЛЬНЫЙ ЛИСТ

Этапы выполнения задания:

1. Внимательно ознакомьтесь с образцом оформления титульного листа (прил. 1).
2. Оформите первую страницу своего курсового проекта в соответствии с образцом.

Задание 2. ОГЛАВЛЕНИЕ

Этапы выполнения задания:

1. Разработайте структуру оглавления своего реферата в составе следующих разделов (рис. 37).

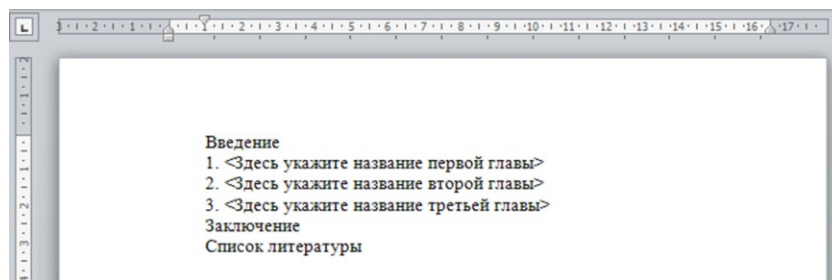


Рис. 37. Структура оглавления

2. Выберите в разделе «Стили» стиль «Заголовок 1» и примените к нему команду «Изменить» (рис. 38).
3. Измените стиль «Заголовок 1» в соответствии с рис. 39.

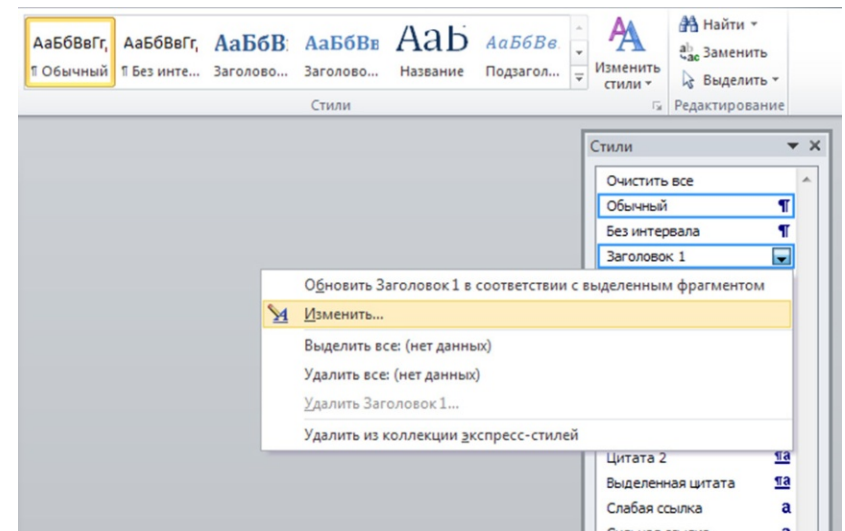


Рис. 38. Выбор стиля для редактирования

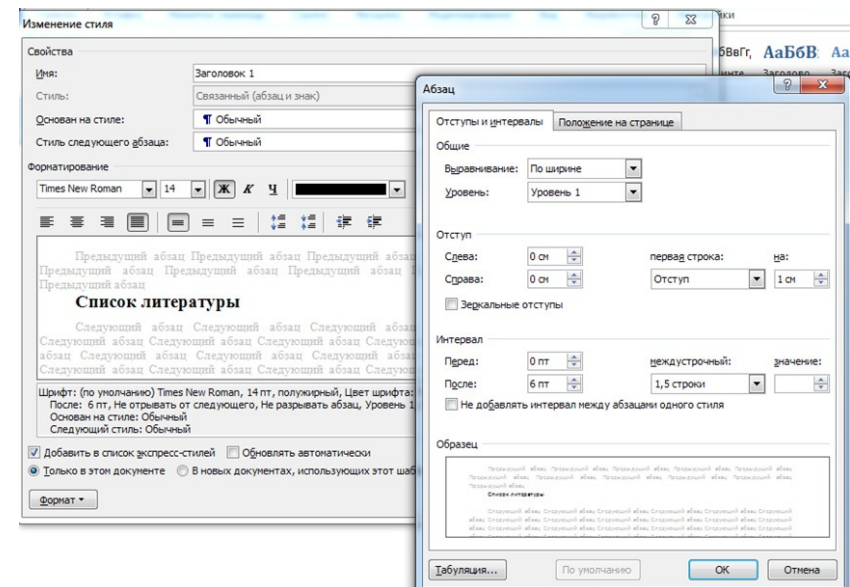


Рис. 39. Изменение стиля «Заголовок 1»

4. Примените стиль «Заголовок 1» к созданным разделам.
5. Перейдите на вкладку «Ссылки», выберите «Оглавление / Автособираемое Оглавление 1». Вставьте оглавление на вторую страницу вашего реферата и отредактируйте в соответствии с предложенным образцом (рис. 40).

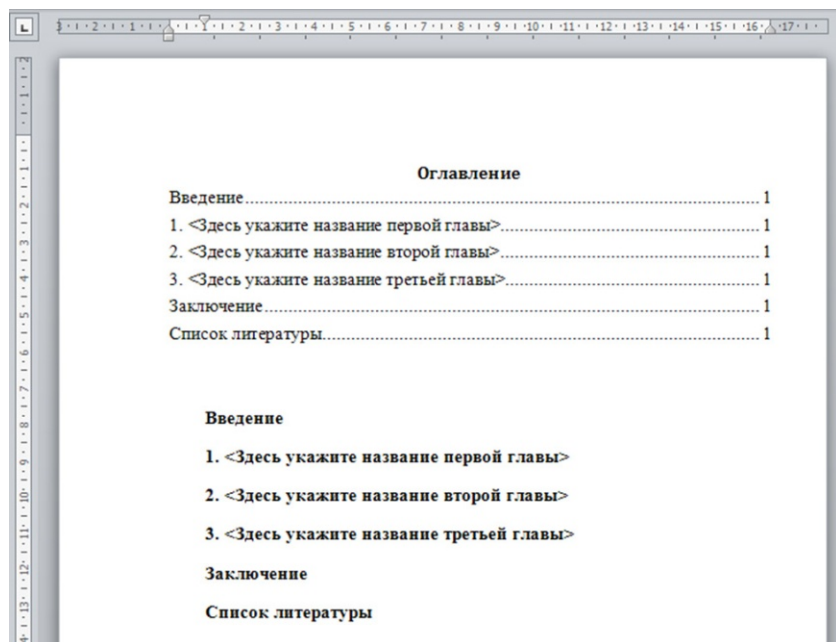


Рис. 40. Создание автособираемого оглавления

6. Чтобы после каждого обновления стиль оглавления сохранялся, выделите созданные в оглавлении гиперссылки, нажмите правую кнопку мыши и выберите «Стили / Обновить Оглавление 1» в соответствии с выбранным фрагментом.

Самостоятельная работа:

1. Заполните содержание разделов в соответствии с темой своего реферата.
2. Поместите заголовок каждого раздела в начало новой страницы.
3. Вставьте нумерацию страниц (внизу, по центру).
4. Уберите номер с первой страницы («Конструктор / Особый колонтитул для первой страницы»).

5. Оформите текст реферата (за исключением титульного листа, оглавления и заголовков) в соответствии со следующими требованиями:

- 1) поля: левое – 3 см, правое – 1,5 см, верхнее/нижнее – по 2 см;
- 2) шрифт: Times New Roman, кегль 14;
- 3) абзац: межстрочный интервал – полуторный, абзацный отступ – 1 см, выравнивание – по ширине.

Оценка результатов: количество баллов за задание будет зависеть от корректности выполнения самостоятельного задания и соответствия всем требованиям.

Лабораторная работа 5 Оформление презентации

Целью работы является приобретение навыков разработки презентации в MS Power Point 2010. Примеры удачных презентаций приведены в прил. 2.

Этапы выполнения задания:

1. Выберите тему оформления презентации (рис. 41): «Дизайн / Тема».

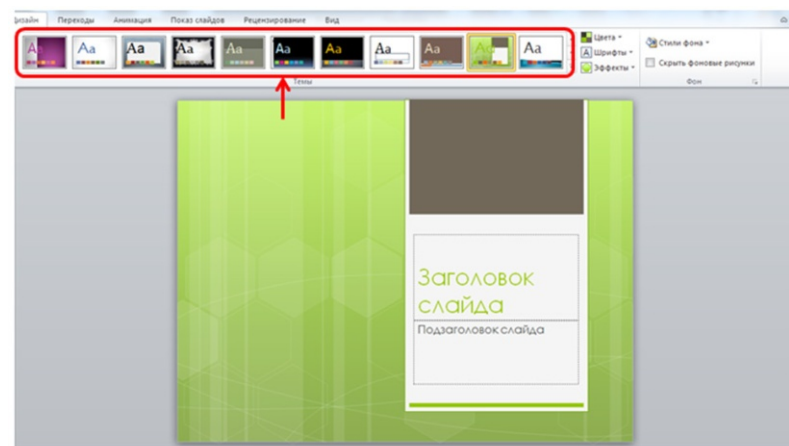


Рис. 41. Тема оформления презентации

2. Заполните титульный слайд презентации. Он должен содержать следующие сведения (рис. 42):

- полное название университета;
- название кафедры;
- тему работы;
- ФИО студента, группу;
- ФИО, учёную степень и звание руководителя работы.

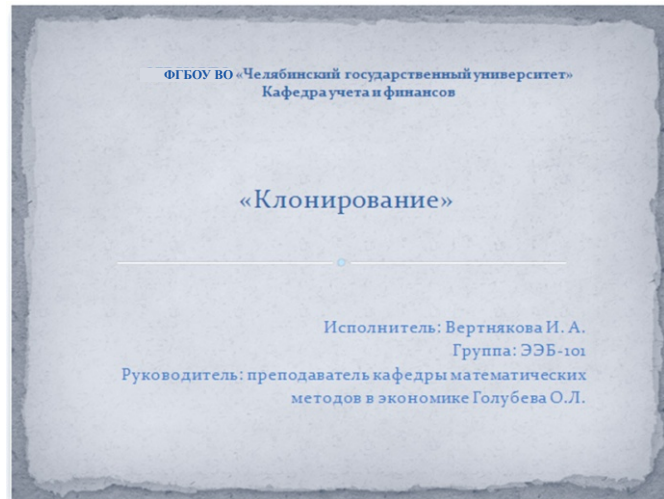


Рис. 42. Организация титульного слайда

3. Заполните 10–12 слайдов в соответствии с темой вашего реферата. Содержание слайдов должно удовлетворять следующим требованиям:

1) каждый слайд должен иметь заголовок, отражающий содержание слайда;

2) число строк на слайде (помимо заголовка) не должно превышать 10 (рис. 43). Информация в текстовом виде должна быть максимально структурирована. Рекомендуется цветом или жирным шрифтом выделять ключевые фрагменты текста. Текстовый материал должен быть написан крупным шрифтом (не менее 18-го кегля);

3) необходимо использовать минимум текста на слайде и максимум графических объектов в тех случаях, где это возможно и оправданно:

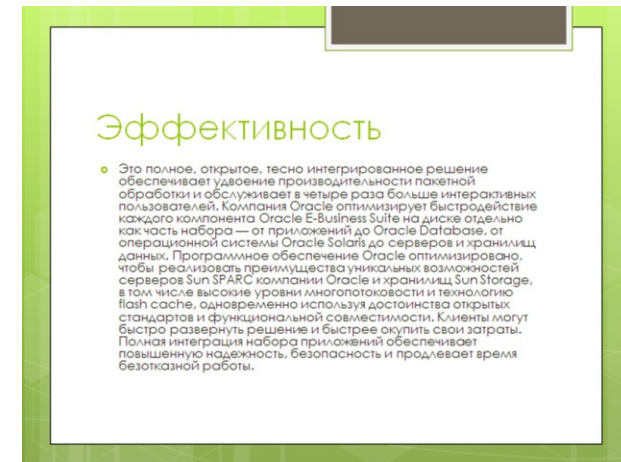


Рис. 43. Число строк на слайде: сверху — ПРАВИЛЬНО, внизу — НЕПРАВИЛЬНО

- рисунков (рис. 44): все рисунки должны содержать заголовок, не допускается использование на слайде рисунка без названия;
- диаграмм (рис. 45);
- рисунков SmartArt (рис. 46).

4. После титульного слайда вставьте слайд с заголовком «Содержание». Организуйте на слайде нумерованный список, содержащий названия слайдов вашей презентации (рис. 47).

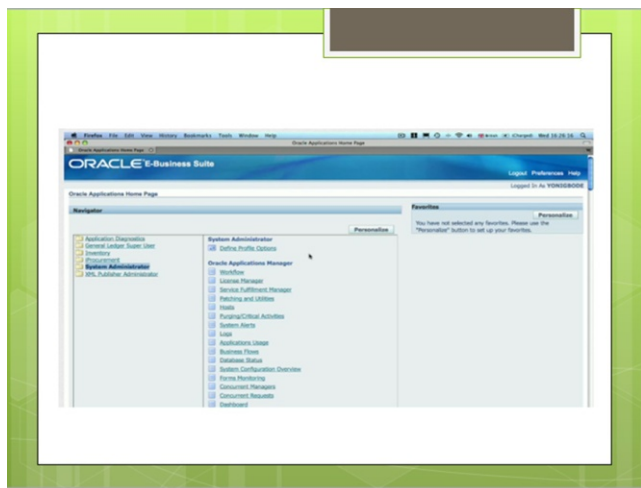
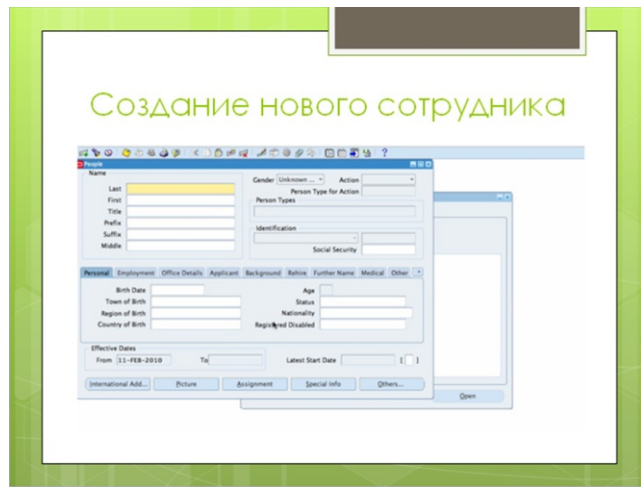


Рис. 44. Использование рисунков: вверху — ПРАВИЛЬНО, внизу — НЕПРАВИЛЬНО

5. Выделите название первого слайда в созданном списке. На вкладке «Вставка» в группе «Ссылки» нажмите кнопку «Гиперссылка». В поле «Связать с...» выберите пункт «Местом в документе». Выберите слайд, который нужно использовать в качестве цели гиперссылки (рис. 48). Аналогичным образом создайте гиперссылки из всех пунктов списка.

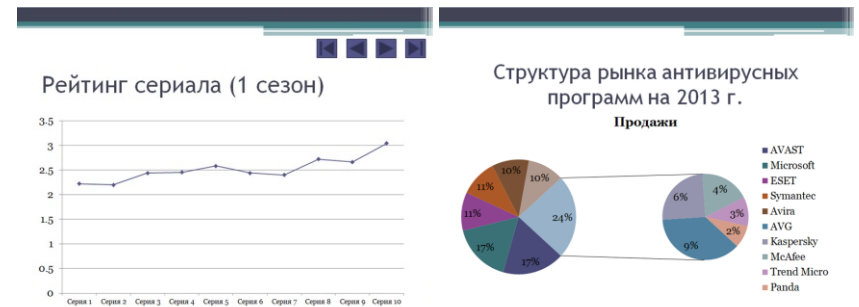


Рис. 45. Примеры использования диаграмм в презентации

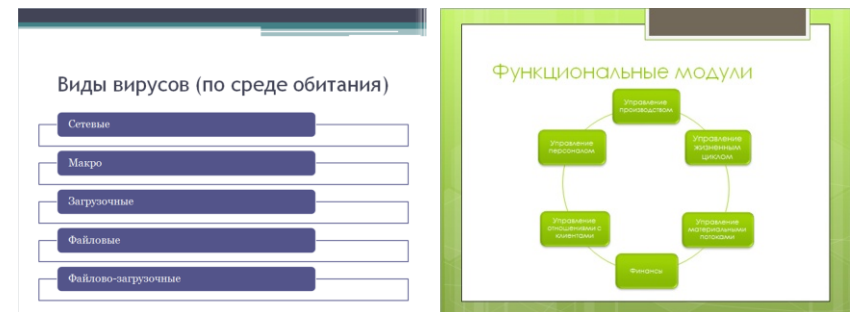


Рис. 46. Примеры использования рисунков Smart Art в презентации

СОДЕРЖАНИЕ

1. Разработчик
2. Область применения
3. Функциональные возможности
4. Для каких компаний подходит?
5. Ценовая характеристика

Рис. 47. Организация «Содержания»

6. Перейдите на титульный слайд. На вкладке «Вставка» в группе «Иллюстрации» нажмите кнопку «Фигуры» и выберите фигуру «Управляющая кнопка: далее» (рис. 49). Поместите кнопку на выбранный слайд. В открывшемся окне в пункте «Перейти по гиперссылке»

СОДЕРЖАНИЕ

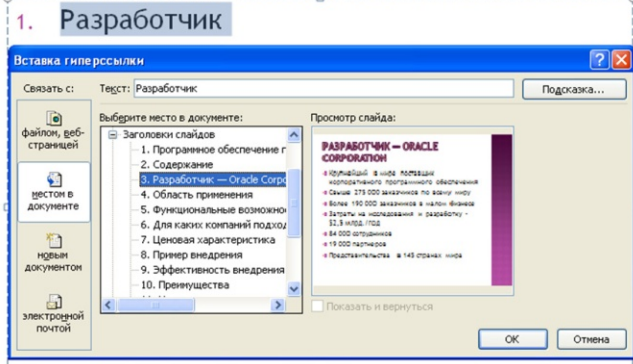


Рис. 48. Создание гиперссылок

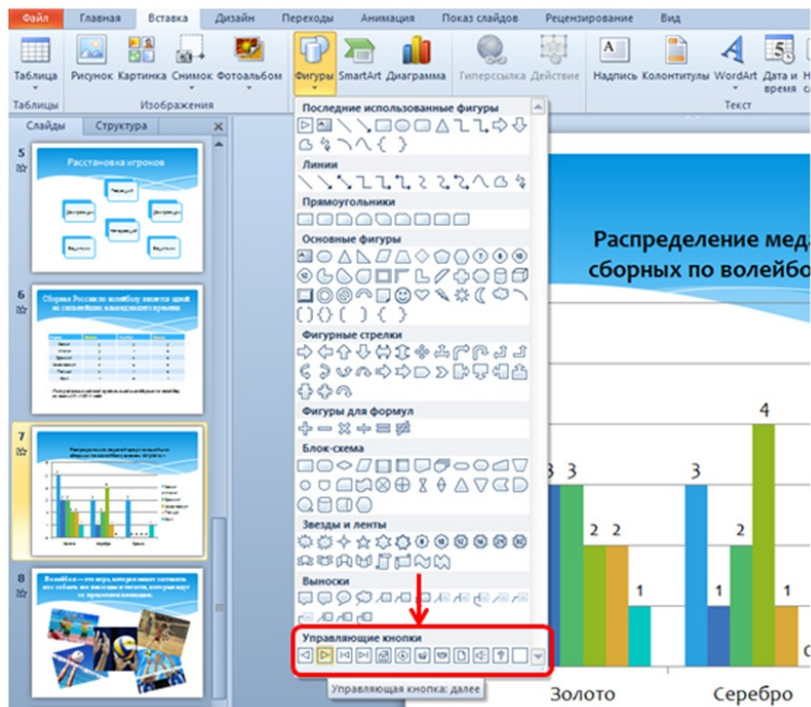


Рис. 49. Выбор управляющей кнопки

установите «Следующий слайд». Аналогичным образом разместите на слайде управляющие кнопки «назад», «в конец», «в начало» (рис. 50). Скопируйте созданные кнопки навигации на все слайды.

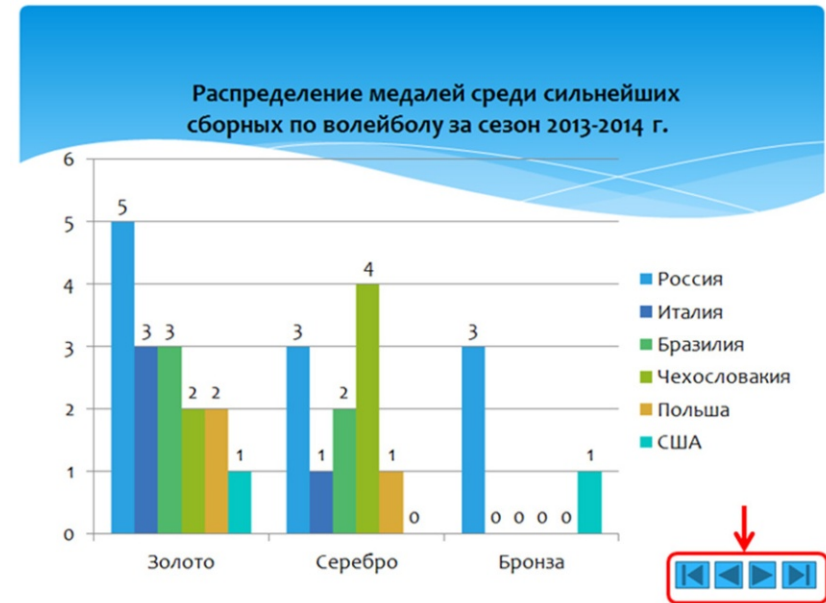


Рис. 50. Организация кнопок навигации

7. На вкладке «Вставка» в группе «Текст» нажмите кнопку «Колонтитулы». Чтобы добавить номера слайдов, установите флажок «Номер слайда». Чтобы добавить колонтитул, установите флажок «Нижний колонтитул» и введите текст, содержащий вашу фамилию, инициалы и тему работы (рис. 51). Установите флажок «Не показывать на титульном слайде», чтобы избежать дублирования информации.

Оценка результатов: количество баллов за лабораторную работу будет зависеть от единства оформления, наглядности и логической целостности презентации, корректности использования графических объектов.

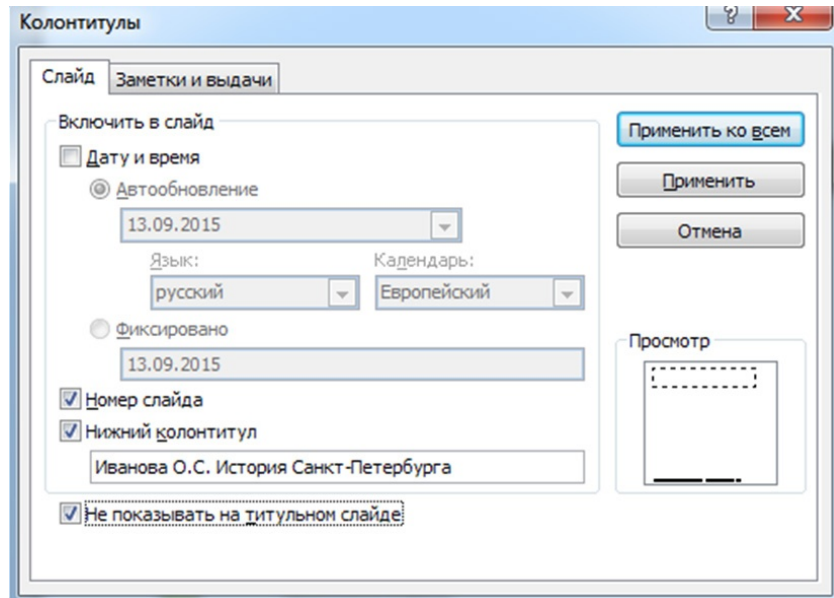


Рис. 51. Организация колонтитулов

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ СЛОВАРЬ

Автореферат диссертации – краткое изложение основных результатов диссертационной работы на соискание учёной степени доктора или кандидата наук, составленное автором диссертации.

Библиотека – учреждение, организующее общественное пользование произведениями печати.

Веб-сайт – объединённая под одним адресом (доменным именем) совокупность документов частного лица или организации.

Депонированная рукопись – узкоспециальная работа, находящаяся на хранении в библиотеке или информационном центре, которые информируют специалистов об их наличии и выдают копии для изучения.

Диссертация – научная работа, подготовленная с целью её публичной защиты для получения учёной степени кандидата или доктора наук.

Документ – зафиксированная на материальном носителе информация с реквизитами, позволяющими её идентифицировать.

Информатизация – организационный социально-экономический и научно-технический процесс создания оптимальных условий для удовлетворения информационных потребностей и реализации прав граждан, органов государственной власти, органов местного самоуправления, организаций, общественных объединений на основе формирования и использования информационных ресурсов.

Информационная зависимость – навязчивая потребность в получении информации из любых доступных источников.

Информационная культура – владение информационными технологиями и способность использовать их в образовательно-воспитательном процессе, совокупность устойчивых навыков эффективного применения информационных технологий и мотивации их использования в педагогической деятельности.

Информационная услуга – получение и предоставление в распоряжение пользователя информационных продуктов.

Информационное общество – термин, применяемый для обозначения современного состояния индустриально развитых стран, связанного с новой ролью информации во всех сторонах их жизнедеятельности, качественно новым уровнем производства, переработки и распространения информации.

Информационный ресурс – отдельный документ и массив документов, а также документы и массивы документов в информационных системах.

Информация – форма существования знания, отчуждённого от автора и ставшего общественным достоянием.

Кадастр – совокупность сведений об объектах и явлениях окружающей среды, соответствующим образом систематизированных и постоянно обновляемых.

Книжная торговля (библиополистика) – отрасль хозяйства или совокупность коммерческих предприятий, осуществляющих оптовую и розничную продажу книг, брошюр и иной печатной продукции юридическим и физическим лицам (покупателям).

Комментарий – пояснение, необходимое для правильного понимания текста.

Музей – учреждение, осуществляющее комплектование, хранение, изучение и популяризацию памятников естественной истории, материальной и духовной культуры.

Новостные ленты – формат данных, используемый для доставки пользователям часто обновляемой информации.

Патент – охраняемый документ, удостоверяющий исключительное право, авторство и приоритет изобретения, полезной модели либо промышленного образца.

Полнотекстовые базы данных – текстовые базы, содержащие полные тексты документов или их частей.

Прейскурант (прайс-лист) – перечень цен на товары и услуги, предоставляемый покупателям.

Препринт – научное издание, выпускаемое в свет до публикации статьи в рецензируемом научном журнале или до выхода полноценной монографии.

Примечание – разъяснение, уточнение и дополнение к основному тексту издания. Примечания дают возможность узнать о фактах, событиях, лицах, упоминаемых в тексте издания.

Промышленный каталог – документ, содержащий систематизированный перечень изделий промышленного производства.

Система документальных коммуникаций общества – организации, назначением которых является создание, хранение, распространение документов для их общественного использования.

Справочно-правовые системы (информационно-правовые системы) – компьютерные базы данных, содержащие нормативные документы органов власти, а также другие документы, их разъясняющие или иллюстрирующие их применение.

Средства массовой информации (СМИ) – система органов публичной передачи информации с помощью технических средств.

Стандарт – документ, в котором устанавливаются характеристики продукции, правила осуществления и характеристики процессов производства, выполнения работ или оказания услуг (международные, ГОСТ и т. д.).

Технический паспорт – информационно-справочный документ, отражающий фактическое состояние того или иного объекта (жилого помещения, здания, транспортного средства, промышленных товаров и пр.).

Титульный лист – первый элемент печатного или электронного документа, который даёт о нём основную информацию.

Учебная программа – документ, определяющий содержание и количество знаний, умений и навыков, предназначенных к обязательному усвоению по той или иной учебной дисциплине.

Учебник – учебное издание, содержащее систематическое изложение учебной дисциплины или её раздела, части, соответствующее государственному стандарту и учебной программе.

Учебное пособие – источник учебной информации и средство обучения, которое дополняет учебник и способствует расширению, углублению и лучшему усвоению знаний.

Хрестоматия – учебно-практическое издание, содержащее систематически подобранные литературно-художественные, официальные, научные и иные произведения или фрагменты из них, составляющие объект изучения учебной дисциплины.

Электронная библиотека – распределённая информационная система, позволяющая надёжно сохранять и эффективно использовать разнородные коллекции электронных документов через глобальные сети передачи данных в удобном для конечного пользователя виде.

ПРИМЕРЫ ТЕСТОВЫХ ВОПРОСОВ

1. Закончите фразу: Форма существования знания, отчуждённого от автора и ставшего общественным достоянием, есть...

2. Закончите фразу: Материальный объект с зафиксированной на нём информацией в виде текста, звукозаписи или изображения, предназначенный для передачи во времени и пространстве в целях хранения и общественного использования, называется...

3. Укажите, какой способ получения и вид информации является преобладающим для обычного человека:

- 1) аудиальная;
- 2) тактильная;
- 3) обонятельная;
- 4) вкусовая;
- 5) визуальная.

4. Установите соответствие между видами информации и приведёнными примерами:

Вид информации	Пример
Актуальная	Дата защиты дипломов для студентов 1-го курса
Неактуальная	На экзамене будут сложные вопросы
Субъективная	Статья о наводнении за 2008 г.
Объективная	Курс доллара на сегодня
Полезная	Температура кипения воды – 100 градусов Цельсия
Бесполезная	Изменения в налоговом законодательстве для бухгалтера

5. Установите соответствие между типами информационного дефицита и приведёнными примерами:

Тип информационного дефицита	Пример
Фактографический	Отсутствие стратегической программы развития региона
Аналитический	Отсутствие вопросов к экзамену
Документографический	Отсутствие информации о датах Крымской войны
Концептографический	Отсутствие информации о структуре ДНК

6. К научным опубликованным документам относятся:

- 1) диссертации;
- 2) авторефераты диссертаций;
- 3) депонированные рукописи;
- 4) избранные труды учёных;
- 5) монографии;
- 6) тематические научные сборники;
- 7) статьи в научных периодических изданиях;
- 8) тезисы конференций.

7. Закончите фразу: Совокупность сведений об объектах и явлениях окружающей среды, соответствующим образом систематизированных и постоянно обновляемых, называется...

8. Справочники подразделяются:

- 1) на толковые;
- 2) терминологические;
- 3) лингвистические;
- 4) энциклопедические;
- 5) нормативные;
- 6) статистические;
- 7) биографические;
- 8) библиографические.

9. Распределите приведённые документы на группы – периодические и продолжающиеся:

- 1) газеты;
- 2) труды НИИ и учебных заведений;
- 3) календари;
- 4) журналы;
- 5) бюллетени;
- 6) учёные записки.

10. Закончите фразу: Научный труд по определённой теме, представленный к защите на соискание учёной степени кандидата или доктора наук, называется...

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Боев, В. Д. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» [Текст] / В. Д. Боев. – СПб. : БХВ-Петербург, 2006. – 208 с.
2. Войтик, А. И. Экономика информационной безопасности [Текст] : учеб. пособие / А. И. Войтик, В. Г. Прожерин. – СПб. : НИУ ИТМО, 2012. – 120 с.
3. Гендина, Н. И. Формирование информационной культуры личности в библиотеках и образовательных учреждениях [Текст] : учеб.-метод. пособие / Н. И. Гендина, Н. И. Колкова, И. Л. Скипор, Г. А. Стародубова. – М., 2002. – 337 с.
4. Денчев, С. Роль библиотек в формировании и развитии культуры информационной прозрачности [Текст] / С. Денчев, И. Петева. – М. : Логос, 2014. – 217 с.
5. Дрешер, Ю. Н. Информационное обеспечение учёных и специалистов [Текст] : учеб.-метод. пособие / Ю. Н. Дрешер. – СПб. : Профессия, 2008. – 463 с.
6. Дулатова, А. Н. Информационная культура личности [Текст] : учеб.-метод. пособие / А. Н. Дулатова, Н. Б. Зиновьева. – М. : Либерия-Бибинформ, 2007. – 176 с.
7. Золотарёва, В. И. Основы информационной культуры [Текст] : учеб.-метод. пособие / В. И. Золотарёва, И. П. Капочкина, Т. Н. Стукалова, И. П. Евсеева, Т. А. Цыганова. – М. : МИФИ, 2005. – 140 с.
8. Казарина, С. А. Основы библиографии и информационной культуры [Текст] : учеб. пособие / С. А. Казарина, В. В. Луцук. – Челябинск : [Б. и.], 2004. – 93 с.
9. Кириленко, А. В. Основы информационной культуры [Текст] : учеб. пособие / А. В. Кириленко ; под ред. Е. Г. Расплетинной. – СПб. : СПбГУ ИТМО, 2008. – 156 с.
10. Информационная грамотность: международные перспективы [Текст] : пер. с англ. / ред. Х. Лау. – М. : МЦБС, 2010. – 240 с.
11. Максимов, Н. В. Информационные ресурсы и поисковые системы [Текст] : учеб. пособие / Н. В. Максимов, О. Л. Голицына, Г. В. Тихомиров, П. Б. Храмцов. – М. : МИФИ, 2008. – 400 с.
12. Одинцова, Л. В. Основы информационной культуры [Текст] / Л. В. Одинцова, Е. К. Повесьма, Т. Ю. Полищук. – Владивосток : ТИДОТ ДВГУ, 2004. – 110 с.
13. Терехов, А. В. Правовые информационные системы [Текст] : учеб. пособие / А. В. Терехов, Э. В. Сысоев. – Тамбов : Изд-во Тамбов. гос. техн. ун-та, 2012. – 80 с.
14. Туоминен, С. Педагогические основы формирования медийной и информационной грамотности [Текст] / С. Туоминен, С. Котилайнен. – М., 2012. – 142 с.

15. Информационно-библиотечная культура [Текст] : учеб.-метод. пособие / сост. : В. П. Володина, М. В. Пархоменко. – Тюмень, 2009. – 116 с.

16. Современный пользователь библиотеки вуза: информационная среда, информационное поведение [Текст] / под ред. С. Г. Смолиной. – Челябинск : Изд-во ЮУрГУ, 2011. – 108 с.

НАПИСАНИЕ на ЗАКАЗ:

1. Дипломы, курсовые, чертежи...
 2. Диссертации и научные работы.
 3. Школьные задания.
- Онлайн-консультации.
ЛЮБАЯ тематика,
в том числе ТЕХНИКА.
Приглашаем авторов.

УЧЕБНИКИ, ДИПЛОМЫ, ДИССЕРТАЦИИ:
полные тексты в электронной библиотеке
www.учебники.информ2000.рф.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1 Образец титульного листа реферата

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Челябинский государственный университет»

Реферат
по дисциплине «Название дисциплины»
на тему: «Тема реферата»

Студент(ка) группы № группы
Фамилия Инициалы
Направление: название направления
Преподаватель: Голубева О. Л.

Челябинск, год

Приложение 2 Примеры презентации

Презентация Р. С. Забировой на тему «Статистика браков и разводов в России»

ФГБОУ ВО «Челябинский государственный
университет»
Кафедра социологии

Статистика браков и разводов в России

Исполнитель: Забилова Р.С
Группа: ЭЦ-101
Руководитель: преподаватель
кафедры математических
методов в экономике
Голубева О.Л

Содержание

1. Понятие брака и развода
2. Немного истории
3. Таблица браков и разводов по последним годам
4. Статистика по возрасту вступления в брак
5. Статистика по времени прожитому вместе

Забилова Р. С. Статистика браков и разводов в России

Понятие брака и развода

Брак — это юридически оформленный, свободный и добровольный союз мужчины и женщины, который направлен на создание семьи и порождает взаимные права и обязанности между супругами.



Развод — с юридической точки зрения это формальное прекращение действительного брака между живыми супругами.



Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



Немного истории



❖ Жених и невеста в дореволюционное время

Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



Немного истории

В дореволюционный период в связи с тем складом жизни, разводы были редкостью.

- ❖ Во-первых, **занятие натуральным хозяйством служило своеобразным препятствием**, ведь женщина не могла сама выполнять всю работу, да и мужчине помощь была не лишней, поэтому уходить от своей второй половины было не выгодно.
- ❖ Во-вторых, **вопросом разводов занималась церковь**, которая очень негативно относилась к разводам.

Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



Таблица браков и разводов по последним годам

Год	Зарегистрированных браков	Количество разводов
2010	1 215 066	639 321
2011	1 316 011	669 376
2012	1 213 598	644 101
2013	1 225 501	667 971
2014	1 225 985	693 730

Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



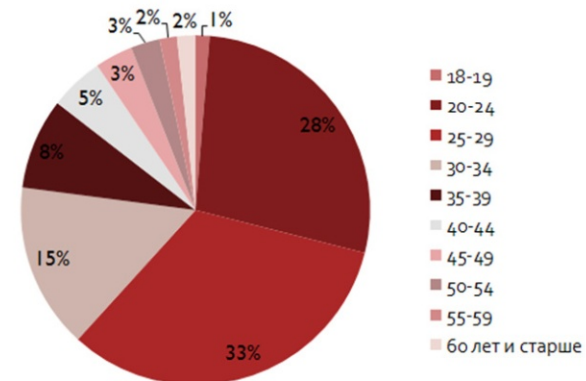
Таблица браков и разводов по последним годам

- Исходя из этих данных, можем сделать вывод, что **количество зарегистрированных браков в течение 5 лет практически держится на одном уровне.**
- Мы видим, что **в течение 5 лет, количество разводов колеблется от 600-700 тыс.**

Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



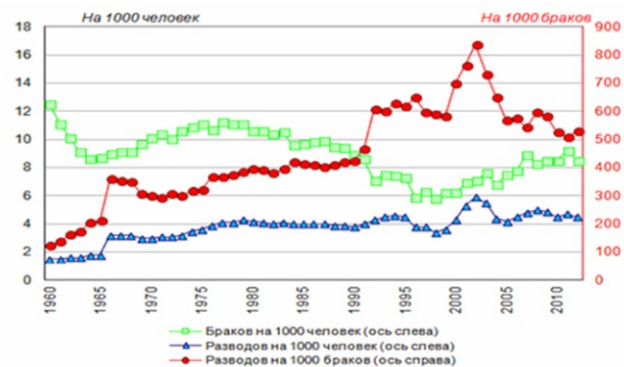
Статистика по возрасту вступления в брак



Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



А вот такая динамика была в прошлые десятилетия



Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



Статистика по возрасту вступления в брак

В 1990 годы

- Возраст превышает 25 лет

В 2000 годы

- Возраст 18-24 лет

В 2010 годы

- Возраст 25-30 лет

Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



Статистика по времени, прожитому вместе

- А вот что же касается времени, прожитому вместе, то **чаще всего разводятся пары, которые прожили в браке 5-9 лет (около 28%)**. Пары, прожившие в браке 1-2 года и 3-4 года, разводятся в 17% случаях.
- Самый маленький процент, всего лишь 3,5%, составляют пары, которые не смогли прожить вместе и года. Пары, состоявшие в браке более 20 лет, в 13% случаях разводятся.

Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



Презентация А. А. Непогодиной на тему «Великие экономисты»

ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»
Кафедра социальной работы и социологии

Великие экономисты

Исполнитель: Непогодина А. А.
Группа: ЭЦ-101

Руководитель: старший преподаватель кафедры экономической теории и регионального развития Красильникова И. Г.



Спасибо за внимание!

Забирова, Р. С. Статистика браков и разводов в России



Содержание

1. [Плеханов Георгий Валентинович](#)
2. [«Земля и Воля» \(1876-1879\)](#)
3. [Раскол «Земля и Воля» \(1879\)](#)
4. [Этапы в жизни Г. В. Плеханова](#)
5. [Группа «Освобождение труда»](#)
6. [Работы Г. В. Плеханова](#)
7. [Плеханов и Ленин](#)
8. [«Искра»](#)
9. [«История русской общественной мысли»](#)
10. [Роль Г. В. Плеханова](#)



Непогодина А. А. Великие экономисты

2

Плеханов Георгий Валентинович



Плеханов Г. В. (1856-1918) – основатель РСДРП, деятель Российского и международного социал-демократического движения, философ, историк, теоретик и пропагандист марксизма.

Непогодина А. А. Великие экономисты

3

Раскол «Земля и Воля» (1879)



«Народная воля»
(А. Михайлов, А. Желябов и др.)

«Черный передел»
(Г. Плеханов и др.)

Тактика: индивидуальный террор с целью свержения самодержавия

Тактика: хождение в народ как необходимость подготовки к «социальной революции». Отказ от политической борьбы

Непогодина А. А. Великие экономисты

5

«Земля и Воля» (1876-1879)



ЗЕМЛЯ И ВОЛЯ

ЗЕМЛЯ И ВОЛЯ

Непогодина А. А. Великие экономисты

4

Этапы в жизни Г. В. Плеханова



35 лет

8 лет

- Народничество (1875-1883)
- Марксизм (1883-1918)

Непогодина А. А. Великие экономисты

6

Работы Г. В. Плеханова

- «К шестидесятой годовщине смерти Гегеля» (1891);
- «Н.Г. Чернышевский» (1894);
- «Очерки по истории материализма» (1896);
- «К вопросу о роли личности в истории» (1898);
- «К вопросу о развитии монистического взгляда на историю» (1895)



Непогодина А. А. Великие экономисты

8

«Искра»



Вместе с Лениным и Мартовым Плеханов был избран редактором ЦО «Искры» и членом Совета партии.



Непогодина А. А. Великие экономисты

10

Плеханов и Ленин

Деятели	Взгляды деятелей на дальнейшее развитие России (различия)
Ленин	придерживался курса на перерастание буржуазно-демократической революции в социалистическую
Плеханов	стремился содействовать развитию классового сознания рабочих; был верен положению классического марксизма



Непогодина А. А. Великие экономисты

9

«История русской общественной мысли»



Трехтомная работа явилась первым сводным обобщающим трудом, он охватывает историю общественной мысли с древнейших времен до конца 18 века и написан с марксистских позиций.



Непогодина А. А. Великие экономисты

11

Узнайте стоимость написания студенческой работы на заказ
<http://учебники.информ2000.рф/napisat-diplom.shtml>

Учебное издание

КЛАССИЧЕСКОЕ УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ГОЛУБЕВА Ольга Леонидовна

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА

Учебное пособие

Редактор М. В. Трифонова
Вёрстка М. В. Трифоновой
Дизайн обложки Т. В. Ростуновой

Подписано в печать 28.04.17.
Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.
Усл. печ. л. 6,9. Уч.-изд. л. 7,0.
Тираж 100 экз. Заказ 29

Челябинский государственный университет
454001 Челябинск, ул. Братьев Кашириных, 129
Издательство Челябинского государственного университета
454021 Челябинск, ул. Молодогвардейцев, 57 б

Вернуться в каталог учебников
<http://учебники.информ2000.рф/учебники.shtml>