

Теория и практика информационно-аналитической работы (ИАР)

Шпунт Александр Владимирович
tmpsend@gmail.com

Лекция 1.

- Информационно-аналитическая работа как дисциплина
- ИАР в «информационном обществе»
- Информация в современном мире

«Ромашка, ромашист»

- Русский аналог дисциплины «Intelligence» – «разведка» по отношению к данному курсу запрещено:
 - из-за беллетризованности понятия "разведка".
 - Русский термин «разведка» не предполагает «аналитику» и наоборот.
 - Англоязычный термин Intelligence в России переводится как «спецслужбы», что включает и контрразведку, чем в рамках этого курса мы не занимаемся.

Виды «ромашек»

- Тем не менее, единственная научная методология, на которую мы в этом курсе можем опереться – это методология разведки. Она едина и практически не меняется от предмета приложения:
 - Стратегическая ромашка у военных
 - Дипломатическая ромашка в международных отношениях
 - Конкурентная ромашка в бизнесе
 - Политическая ромашка в политике

Предмет деятельности информационно-аналитического подразделения

- Обеспечение практической компетентности для принятия стратегического решения в области конкурентных коммуникаций
 - Ремарка: война это тоже конкурентная коммуникация. Как и дипломатия, политика, рыночные отношения, связи с общественностью, GR и многое другое.

Любая коммуникация любыми коммуникационным инструментами эффективна только тогда, когда опирается на информационно-аналитический фундамент - подразделение или департамент, занимающийся работой с внешней

Пределы применимости информационно-аналитической деятельности

- Нужно понимать, что практическая компетентность – только один из аргументов, наряду с соображениями:
 - коррупционного характера,
 - аппаратного выживания;
 - межличностных отношений
 - накопленной истории
 - личностных черт босса - лица, принимающего решения

Обработка релевантной информации для содействия принятию решений (любых, на любых этапах)

Поиск/«считывание» □ отбор/верификация □ анализ/интерпретация □ вывод/рекомендация □ визуализация/ доклад



- Прогнозирование угроз, упреждение рисков
- Обнаружение окон возможностей
- Оценка эффективности выбранного решения, планирование
- Агрегирование знаний, накопление опыта

Основные принципы и правила информационно-аналитической работы

- 1) изучение своего заказчика («что у него болит?»);
- 2) визуализация и представление информации, которая найдена (главный дефицит в работе – дефицит внимания со стороны заказчика);
- 3) жанр изложения РЕШАЮЩИЙ – заказчик никогда не спрашивает твой вариант решения, но всегда в нем нуждается – и потому должен его

Основные принципы и правила информационно- аналитической работы = продолжение

- 3) жанр изложения РЕШАЮЩИЙ – заказчик никогда не спрашивает твой вариант решения, но всегда в нем нуждается – и потому должен его неоскорбительным образом получить;

Основные принципы и правила информационно- аналитической работы =

Продолжение

- 4) секретная (конфиденциальная, нелегальная) информация не добавляет компетентности, но резко затрудняет работу – попадание одного байта секретной информации заставляет обеспечивать секретный режим всему направлению, что усложняет и удорожает его на порядок.
- Прибегать к секретной информации – только когда все другие инструменты исчерпаны.

Работа «информационного аналитика» заключается в следующем

- 1) Разработка плана подготовки информационно-аналитического документа:
- Определение реальной цели подготовки документа;
- Изучение конкретного получателя (физическое лицо!);
- Определение своих целей в подготовке документа

Работа «информационного аналитика» заключается в следующем = продолжение

- 2) Установление дискурса документа; выбор формы документа;
- 3) Отбор источников информации (критерий исполнимости работы);
- 4) Раскрытие фактов;
- 5) Установление причинно-следственных связей (этого стоит избегать! В голове у заказчика обычно уже есть карта таких связей; практической ценности "что откуда получилось" не приносит, а конфликт картин создает):

Работа «информационного аналитика» заключается в следующем = продолжение

- 6) Оценка степени достоверности
- 7) Формулировка скрытого предлагаемого решения

«Этический кодекс информационного аналитика» (система определения «свой - чужой»):

- 1) Терпимость к заказчику, то есть принятие того факта, что ты являешься сервисом ("кто-то ему стирает рубашки, - мы ему думаем");
- 2) Не искать публичности;
- 3) Умение не настаивать на своем – стратегическое решение и ответ за него не на тебе, на твоём «пассажире». Если он никогда не идет против твоей логики и советов – в твоём заказчике нет стратегического руководителя. Постарайся сменить заказчика.

- **ИАР - прикладная дисциплина.**
Комплекс практических навыков и умений.
- Инженерная по методу, **но использует научный аппарат** (категории/понятия, методологию исследования и работы с источниками, логику и алгоритмы познания, аргументацию, этапность и пр.)
- Гуманитарная по предмету изучения, но строго **алгоритмизированная**
- Завязанная на **личности** исполнителя и потребителя, но работающая по **«технологическим картам»**

Профессиональные болезни

- 1) «Бронзовение» - комплекс превосходства над заказчиком;
- 2) «Этическое чванство» - представление о том, что вся ответственность за “подлые советы” ложится на заказчик

Несомненные преимущества профессии

- 1) Уровень денежной компенсации;
- 2) Самореализация;
- 3) Несколько веселее, чем продавать каршеринг или говорить мимо камеры «управлением.... возбуждено уголовное дело...» на подобной высокооплачиваемой должности.

Цели и задачи курса

«Краткий курс ОБЖ в информационном обществе»

- Избавить от **потребительского** отношения к информации, привить навыки критического анализа, укрепить иммунитет к информационному воздействию (*рынок-хозяйка; АЧС*)
- Научить «**считывать**»/распознавать нужную информацию среди инфошума, в условиях искаженной повестки СМИ (*кампания «разоблачения «ада больницы»*)
- Привить навыки **комплексного** анализа: информация-логика текста-источник-канал-условия... (*Жириновский, «брит.ученые»*)
- Развить навыки **структурного и логического** анализа текстов
- Познакомить с ключевыми видами, формами и методами ИАР, привить базовые **практические навыки**:
 - поиска и сбора информации
 - обработки, систематизации и верификации информации
 - работы с ключевыми источниками информации
 - работы с основными инструментами автоматизации ИАР
 - количественного и качественного анализа массовой общедоступной информации

ИАР в российской системе образования

Нет специальности, но:

- МГИМО – курс ИАР в загранучреждениях, РАНХиГС при Президенте РФ – «Информационно-аналитическое обеспечение принятия управленческих решений», РГГУ - семинар по ИАР в политологии...
- Факультеты журналистики и политологии ведущих вузов – курсы медийной аналитики
- Внутриведомственные курсы повышения квалификации – ДИП МИД РФ, Академии ФСБ и МВД, КИ им. Андропова и пр.
- Ведущие медийные холдинги и информагентства (Коммерсант, Ведомости, МИА, ТАСС) – курсы прикладной медийной аналитики
- Курсы при компаниях-поставщиках готовых ИАР-решений и «полуфабрикатов» - Медиалогия, Интегрум, Паблик
- Коммерческие структуры – платные курсы digital-аналитики, конкурентной разведки, информационного

Библиография

*Отсутствие «вменяемых» учебных пособий;
но обилие «кейсов» и материалов в онлайне*

- **Учебные программы по ИАР** (учебники Демидова, Почепцова, Еланцевой, Кузнецова и пр.): избыточная теоретизация и систематизация, «вода», устаревшие кейсы и пр.
- **Методические материалы по смежным научным и прикладным дисциплинам** – формальной логике, политологии, философии, социологии, психологии, а также журналистике, редактуре и пр.
- **Ведомственные программы** и курсы повышения квалификации – практический опыт (в госструктурах – ИАР в наиболее «химически чистом» виде)
- **Мемуары** российских и зарубежных функционеров-аналитиков
- Работы известных **популяризаторов науки**

**Леонов Н.С. Информационно-аналитическая работа
в заграничных учреждениях. М, 1996**

Каппон Р. Слово. Как писать для Ассошиэйтед Пресс. М, 1993

Кузнецов И. Информация: сбор, защита, анализ. Учебник по
информационно-аналитической работе. М, 2001

Демидов В. Информационно-аналитическая работа
в международных отношениях. Новосибирск, 2004

Кашлев Ю., Галумов Э. Информация и PR в международных
отношениях. М, 2003

Воробьев Е., Рогачев И. Аналитико-прогностическая работа. М,
1999

Семенов Б. Особенности информационно-аналитической
работы государственных структур в области внешней
политики. М, 2003

Хургин Я. Ну и что? М, 1970; Да, нет или может быть. М,1977

Добрынин А. Сугубо доверительно. М, 1997

Квицинский Ю. Время и случай: Заметки профессионала. М., 1999

Киссинджер Г. Дипломатия. М, 1997

Распознавание/считывание информации

Чек из «Ашана»

1. Дата, место покупки, реквизиты продавца, банка
2. Масштаб цен
3. Примерный состав потребительской корзины
+
4. Краткая личная информация/ персональные данные?
5. Состояние местного рынка?
6. Приблизительный уровень инфляции?
7. География/сезон совершения покупки?
8. Доходы домовладения/ социальная группа?
9. Состав семьи, наличие домашних животных?
10. Состояние здоровья?
11. Национальная и религиозная принадлежность ?
12. Вид валюты/документа?

Метаинформация

(что еще учитывать при анализе):

- По источнику /носителю/каналу распространения
- По форме/виду предоставления и пр.
- По предназначению/ целевым аудиториям

* * *

- Характеру возникновения (исходящая/входящая, внутренняя/внешняя, самостоятельная/связанная...)
- Стабильности потока (плановая, внеплановая...)
- Стадии (первоисточник, первичная, промежуточная, вторичная, итог...)

Дезинформация/направленная информация

- Правда/ложь: 90/10%; Тенденциозная подача, подбор тезисов и аргументов (*С.Доренко: «... казалось бы, причем здесь Лужков?»*)
- Оценочность/ эмоциональность/ броскость (*заголовки*)
- Смещение акцентов (*отличник-двойка; повысить пенсионный возраст чиновников*)
- Подмена понятий/ неуместные сравнения (*шляпа vs hat, саммит АТЭС - 6 и 600 млрд, «благоустройство», «безработный»*)
- Отвлечение внимания (*школьная форма, права геев*)
- Вброс-каналы-аудитории; алгоритмы «самоопыления»
- «вне контекста» (*полит, экон., истор. John Hancock 1775/76*)
- Формирование сопутствующего инфошума («ложечки»)
- «Встраивание» в очевидное/ формирование общественного запроса (напр., на борьбу с кем-либо)...
- Ссылки на мнимые/ангажированные авторитеты/ использование лидеров мнений «втемную»

Некоторые актуальные проблемы анализа информации

- Соотношение **сигнал/шум** - 10:90 в пользу шума
- Оперативность вместо верификации. Первая информация становится **критерием** истинности последующей
- **Поиск vs отбор**. Раньше – *«минуту ищешь информацию, полчаса – скачиваешь»*. Сейчас – наоборот
- **«Знать» vs «знать, где посмотреть»**. *«Любой советский пятиклассник решал эту задачу за 5 минут» vs «любой современный пятиклассник гуглит решение этой задачи за 1 минуту»*
- **Ренессанс доверия** или рост некритического восприятия?
- **Фильтр** информации/ переполнение/ иммунитет
- **Фрагментарность** восприятия/ «клиповость мышления»/ синдром **«undo»**
- Среда **Digital/онлайн** диктует мировосприятие «www.

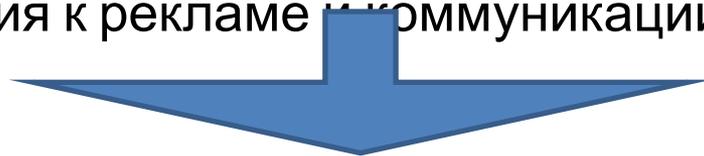
Базовые требования к результатам ИАР

1. Достоверность, объективность
(не искажает действительность)
2. Адекватность задачам (цена-качество)
3. Полнота (достаточность для принятия решений)
4. Логичность (отсутствие внутренних противоречий)
5. Краткость и ясность (отсутствие лишнего)
6. Понятность (язык, профессиональный уровень)
7. Актуальность, оперативность
(востребованность при принятии решений)
8. Упреждающий характер (своевременность)
9. Инструментальность (применимость)

Dove Real Beauty Campaign

Dove/Unilever. 2004-2010

- Обострение конкуренции в масс-сегментах парфюмерии и косметики
- Сокращение возможности использовать УТП
- Сокращение доверия к рекламе и коммуникации top-down



Real Truth About Beauty research:

- 2% считают себя красивыми
- 65% не сводят красоту к внешности
- 75% хотели бы изменения стандартов, навязываемых СМИ и рекламой



Социально-значимая «Big Idea»:

- решение проблемы понижения самооценки женщин из-за навязываемых обществу стереотипов привлекательности

«...В первый день авиасалона МАКС-2013... В частности, было продано 77 Sukhoi Superjet-100... Покупки совершили такие компании как «ЮТэйр» (9 SSJ-100 за 217,2 миллиона долларов в лизинг от ВЭБа), «Ильюшин финанс» (твердый контракт на поставку 20 SSJ-100) и «Рособоронэкспорт» (SSJ-100 версии VIP). «Сбербанк Лизинг» и «Гражданские самолеты Сухого» (ГСС) подписали меморандум о создании СП по продвижению SSJ-100 на условиях оперлизинга...»

1. Сколько SSJ-100 реально продано?

Не 77, а 30 (9+20+1). Остальные 47 – только в проекте (Их купит пока еще не созданное СП)

2. Кто покупатели ?

Госструктуры... SSJ покупаются на бюджетные деньги (прямо или косвенно – через ВЭБ)

3. Почему лизинговая схема продажи?

не покупают прямо, т.к. дорого. Приходится сдавать в аренду.

4. Почему операционный, а не финансовый лизинг?

(в первом случае самолеты в собственности у арендодателя, во втором – у арендатора) – облегченная схема для мелких клиентов

5. Почему СП со Сбербанком?

Сбер не хочет создавать операционную лизинговую компанию самостоятельно, т.к. не уверен в рентабельности – делят ответственность с ГСС