Автор: admin
06.11.2010 17:22 - Обновлено 06.11.2010 23:31

К вопросу об информационном центре

1. По поводу создания информационного центра.

Думаю, что центр все-таки должен быть организован в одном городе КАК ОРГАНИЗАЦИЯ, имеющая свой Устав, где предусмотрены, в частности, положение о членстве, отношения с "внутренними" и "внешними", очерчен круг коммерческой деятельности.

Сетевой вариант центра больше напоминает мне что-то аморфное, чем сформированный орган.

Центр может иметь филиалы в регионах, где имеется большее по сравнению с другими количество лиц, занимающихся соционикой, соционичесие группы или кружки, причем главная база данных должна находиться в "центральном офисе".

В функциях центра: ОРГАНИЗАЦИОННАЯ - сбор сведений и сплочение всех, кто только занимается соционикой, от увлеченных до профессионалов в единое Всеукраинское общество. Здесь есть идея, суть которой несколько ниже. МЕТОДИЧЕСКАЯ - обеспечение всех членов общества единой информацией, организация и проведение семинаров, конференций, съездов, проведение заочного анкетирования и заочной школы обучения для желающих и проч. ИДЕЙНАЯ - создание (со временем) своей школы соционики.

Руководит центром Ученый Совет во главе с председателем (или как нынче модно - президентом). При Ученом Совете полезно было бы иметь Консультативную группу из опытных специалистов, могущих оказать помощь советом или провести рецензию наработок.

2. База данных и ее структура

Имеет следующие разделы:

- УЧЕТ ЧЛЕНОВ СОЦИОНИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА от начинающих, любителей, до профессионалов. Здесь имеется несколько соображений. Во-первых, очевидно, должны быть какие-то членские взносы и, естественно, нужен их учет. Во-вторых, как мне представляется, - это нужно для создания рангов. Когда кто-то принимается в члены

общества, он должен какой-то уровень тестирования, например, по минимуму,что он вообще смыслит в соционике. Ученый Совет решает, какую степень ученого звания ему присвоить.

С одной стороны, получается красивая "ученая" игра: Начинающий, Продвинутый, ...Доктор,...? Или как там, по-другому, с выдачей соответствующего корешка, свидетельствующего о тех или иных возможностях его имеющего, что может иметь определенный интерес. С другой стороны, имеется психологический аспект. Многих увлекает "звание", что может явиться стимулом к совершенствованию в данной области знаний. На каждого члена общества заводится поле (или 2-3 поля) активности. Об этом ниже.

- СОЗДАНИЕ БАНКА ИДЕЙ. Они могут быть от самых простых, до солидных, увесистых, научных, хорошо аргументированных. Простая идея порой подобна нераскрытому ларцу. Возможно, кому-то она откроется... Поэтому доступ к банку "сырых" идей должен иметь каждый член общества. Идея в базе оформляется по категории смысла, указывается дата ее подачи, автор и его реквизиты, кратко суть и содержание, указывается - это идея "сырая" (подлежащая разработке) или уже готовая, разработанная. Ученый Совет совместно с Консультативной группой рассматривает поданую идею и выставляет ей ориентировочную оценку в баллах. Ценность каждой идеи, кроме того, может характеризоваться полем спроса на нее, по аналогии со счетчиком посещений, которые встречаются на некоторых Web-страницах. Отсюда может возникнуть направление МЕНЕДЖМЕНТА ИДЕИ. Идея нынче понятие коммерческое. Очевидно, разработанные идеи или сырые, имеющие настоящий или перспективный коммерческий смысл, должны быть доступны не всем, а лишь кругу лиц, оговоренных в Уставе общества. Если член общества исправно платил членские взносы, подавал идеи, участвовал в семинарах, конферециях, съездах, имеет публикации, то все это засчитывается в полях активности и в дальнейшем при обработке базы даст представление Ученому Совету о "золотом фонде" общества, т.е.о ее ведущем интеллектуальном ядре. Кроме того, показатель активности может служить дополнительной информацией о члене общества при решении вопроса о присуждении ему очередной "корочки".

- ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА. Подразумевается весь набор теоретических работ, доступных для использования каждым желающим. По определенным путям, например, по электронной почте или через Интернет, эта информация бесплатна, в твердом виде (дискеты, распечатки, копии) - платная.

- УЧЕТ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦЕНТРА. Собственно, это бухгалтерия

научно-коммерческой деятельности. Эта информация, естественно, не подлежит широкому доступу.

- Возможно какие-то другие разделы базы.

Данные, подаваемые для регистрации, должны быть определенным образом отформатированы, чтобы их можно было сортировать, классифицировать и т.п. Как мне представляется, должна быть дата подачи (регистрации), автор и данные о нем, идея "сырая" или разработанная, профиль идеи (какой вопрос поднимает), ее суть вкратце, описание методов (или метода) ее достижения и, наконец, поле полученных результатов, если таковые имеются. Если идея зарегистрирована как "сырая", то некоторые поля необязательны и заполняются по усмотрению заявителя как гипотетические, а некоторые и вовсе отсутствуют.

О сопостовимости результатов вопрос неординарный, поскольку требует стандартизации как методов, так и условий проведения экспериментов. Скорее всего, эта проблема прояснится в процессе работы в будущем.

О фиктивных данных. Конечно 100% гарантии не даст любая технология, потому что если известны методы контроля, то на них всегда можно разработать обходные пути и ловушки. Оценку поступающих работ, видимо, должен проводить Ученый Совет и Консультативная группа, руководствуясь своим профессиональным опытом и знаниями. В случае возникновения подозрения на фиктивность они могут задать автору необходимое количество вопросов, уточняющих ситуацию, или воспользоваться помощью коллег из других соционических обществ.

(c) 1999г. А.П.Васильчук. Статья опубликована в номере 5 (26) 1999 газеты " Соционические чтения ".