

Тема — Информационное общество

Урок посвящен знакомству с информационным обществом. В ходе урока школьники познакомятся с понятием «информационного общества» и его основными чертами. Узнают об этапах развития информационного общества в России. Им будет представлен обзор информационных ресурсов, продуктов, услуг. Познакомятся с правилами поведения в социальных сетях и системах обмена сообщениями.

Информационное общество, информационные ресурсы, информационный продукт, информационная услуга, сетевой этикет.

В современном обществе имеется огромное количество компьютеров и вообще разнообразной информационной техники (телефоны, телевизоры, факсы и пр.). Появляется множество профессий, связанных с поиском, хранением, преобразованием информации. Информация становится определяющим ресурсом экономического и общественного развития. Ошибочно информатизация понимается исключительно лишь как процесс внедрения современных компьютерных, информационных технологий в жизнь человека и общества на базе новейшей компьютерной, телекоммуникационной техники и Интернета. В чем же суть и смысл процесса информатизации? Информатизация — это процесс овладения информацией как ресурсом управления и развития с помощью средств информатики с целью создания информационного общества и на этой основе — дальнейшего продолжения прогресса цивилизации.

Информационное общество — новая историческая фаза развития цивилизации, в которой главными продуктами производства являются информация и знания.

Основные черты информационного общества:

1. Увеличение роли информации и знаний в жизни общества.
2. Возрастание числа людей, занятых в сфере информационных и коммуникационных технологий.
3. Рост доли информационных продуктов и услуг в валовом внутреннем продукте.

4. Широкомасштабное использование ИКТ во всех сферах социально-экономической, политической и культурной жизни общества.
5. Создание глобального информационного пространства.
6. Развитие информационной экономики, электронного правительства, электронных социальных сетей и др.

Настоящее время — это период, характеризующийся небывалым ростом объема информационных потоков. Это относится как к экономике, так и к социальной сфере. Информация является решающим фактором, определяющим развитие технологии и ресурсов в целом. Рыночные отношения предъявляют повышенные требования к своевременности, достоверности, полноте информации. Одним из ключевых понятий при информатизации общества стало понятие **«информационные ресурсы»**.

Совокупность всей информации, накопленной человечеством в процессе развития науки, культуры, образования и практической деятельности людей, называют **информационными ресурсами**.

Информационным ресурсом может быть файл, документ, веб-сайт, фотография, видеофрагмент. Информационный ресурс — данные в любом виде, которые можно многократно использовать для решения проблем пользователей.

Государственные информационные ресурсы используются для решения задач государственного управления, обеспечения прав и безопасности граждан, поддержки социально-экономического развития страны, развития культуры, науки, образования и т. д. Информация, содержащаяся в государственных информационных системах, подчиняется федеральному закону **«Об информации, информационных технологиях и о защите информации»**.

Информационные ресурсы общества можно рассматривать как знания, накопленные человечеством и материализованные в виде документов, баз данных, баз знаний, алгоритмов, компьютерных программ, произведений искусства, литературы и науки.

Информационные ресурсы можно классифицировать следующим образом:

- Библиотечные ресурсы.
- Архивные ресурсы.
- Научно-техническая информация.
- Правовая информация и информация государственных структур.
- Отраслевая информация.
- Финансовая и экономическая информация.
- Информация о природных ресурсах и т. д.

Информационные ресурсы признаются одним из важнейших видов ресурсов в любой стране. В наиболее развитых странах они являются объектом особого внимания.

Сейчас активно идет процесс снижения ценности материального продукта, но повышается ценность информации. В современном обществе информация становится ценным продуктом.

Информационный продукт — информация всех видов, программные продукты, базы данных, представленные в форме товара, т. е. созданные с целью продажи за деньги или обмена на другие продукты.

Информационный продукт — это уникальный показатель эпохи всеобщей автоматизации и информатизации и имеет ряд определенных отличий от материального продукта. Так, любой информационный продукт обладает качеством, которое присуще информации в целом — он не подвержен амортизации, физическому износу. Вы можете неоднократно использовать информационный продукт, и он не потеряет в качестве и уникальности. Для примера: многократное воспроизведение фильма никак не повлияет на его содержание. Фильм не становится хуже с каждым просмотром. Но следует сказать, что информационный продукт подвержен так называемому моральному устареванию. Информация, которая была актуальной еще вчера, может потерять всю свою значимость и востребованность сегодня. Также показательным свойством информационного продукта является то, что расходы на его

изготовление, как правило, в разы превосходят дальнейшие расходы на его тиражирование. Написать уникальную работу один раз всегда сложнее, чем затем размножить ее на тысячи экземпляров. Немаловажное свойство информационного продукта — его адресность. В зависимости от группы потребителей производитель выбирает форму и способ изготовления будущего информационного продукта. Так, публикация научной работы в профессиональном сообществе будет отличаться от способа популяризации той же научной идеи для школьников. Информационный продукт имеет свойство универсальности — может представлять ценность для разных областей применения, использоваться с разными целями в разных проектах.

Информационные продукты распространяются посредством **информационных услуг**.

Информационная услуга — это действия людей и организаций, направленные на получение и предоставление в распоряжение пользователя информационных продуктов.

Информационные услуги бывают различного вида, например: поиск и подбор информации. Различные кадровые агентства оказывают услуги по подбору персонала. К информационным услугам можно отнести деятельность различных учебных центров, рекламных агентств, разработку программ и веб-сайтов.

Как и при использовании традиционных видов ресурсов и продуктов, люди должны знать: где находятся информационные ресурсы, сколько они стоят, кто ими владеет, кто в них нуждается, насколько они доступны. Ответы на эти вопросы можно получить, если существует **рынок информационных продуктов и услуг**.

Рынок информационных продуктов и услуг (информационный рынок) — система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе.

В пространстве информационного рынка можно выделить пять секторов:

- **научно-техническая продукция** в виде проектных, технологических, методических разработок по разным отраслям;

- **объекты художественной культуры** в виде текстовой, визуальной и аудиопродукции;
- **услуги образования:** все виды обучения;
- **управленческие данные и сообщения:** политическая и хозяйственная информация, статистические данные, данные о рыночной ситуации, рекламные сообщения, оценки и рекомендации по принятию решений;
- **бытовая информация:** сообщения общего характера, сведения о потребительском рынке, сведения о рынке труда.

По мере продвижения к информационному обществу всё большие возможности, связанные с использованием информационных и коммуникационных технологий, появляются в сфере образования: оснащение школ мультимедийным компьютерным оборудованием и цифровыми лабораториями кабинетов физики, химии, биологии; формирование в школах медиацентров; подключение школ к сети Интернет; использование на уроках и в домашних условиях цифровых образовательных ресурсов; использование отдельных приложений для автоматизации административных функций: учет кадров, ведение штатного расписания школы, использование в подготовке расписания занятий, обмен документами с вышестоящими органами управления образованием. Все эти процессы указывают на формирование в образовательных учреждениях информационно-образовательной среды. Всё чаще в обучении используются электронные образовательные ресурсы, которые обеспечивают:

- моделирование и визуализацию информации об изучаемых объектах;
- интерактивное взаимодействие пользователя и средства ИКТ;
- хранение больших объёмов информации с возможностью лёгкого доступа к ним;
- автоматизацию процессов вычислительной, информационно-поисковой деятельности, а также обработки результатов учебного эксперимента с возможностью многократного повторения фрагмента или самого эксперимента;

— автоматизацию организационного управления учебной деятельностью и контроля результатов усвоения;

— информационное взаимодействие между участниками образовательного процесса с помощью локальных и глобальной компьютерных сетей.

Для того чтобы, общаясь в Интернете с использованием различных его сервисов, не доставлять неприятностей собеседникам и не иметь их самому, полезно следовать некоторым несложным правилам, называемым сетевым этикетом. Правила сетевого этикета просты и похожи на правила поведения в реальной жизни.

Для общения в чате, форуме, телеконференции выбирайте себе псевдоним, или ник, не оскорбляющий других участников чата. Избегайте нейтральных имен, не дающих возможности представить кто вы: женщина или мужчина. Обращаясь к кому-либо, пишите его ник в начале вашей фразы. В официальной переписке принято использовать подпись, содержащую некоторую информацию об авторе письма: полное имя, должность или другие регалии, контактную информацию. Поскольку во многих случаях программы для работы с электронной почтой автоматически добавляют к письму однажды подготовленную подпись, будьте внимательны и не помещайте в подпись информацию, которую вы не хотели бы показывать всем своим корреспондентам.

В чате, форуме, гостевой книге общается большое количество разных людей, с разными мнениями и интересами. Следует быть тактичным и корректным в своих высказываниях. Не нападайте на человека только из-за того, что его мнение не совпало с вашим. Уходя из чата, не забудьте попрощаться с вашими собеседниками и, возможно, договориться о времени следующей совместной беседы.

Всегда заполняйте поле «Тема» своего письма. Ориентируясь по темам, проще выделить нужные письма в большом списке поступающей корреспонденции, а также отфильтровать спам (от *англ.* spam) — навязчивую рекламу. Отвечая на чье-либо письмо, в поле темы принято вписывать Re: Исходная тема. Большинство программ для работы с почтой эту фразу вписывают

автоматически. Старайтесь не допускать грамматических ошибок. Многие современные текстовые редакторы и программы для работы с электронной почтой имеют встроенные системы проверки правописания. В любом случае полезно перед отправкой еще раз перечитать письмо. Не повторяйте многократно одну и ту же фразу, не забивайте «эфир».

В обычной (не деловой) переписке часто используются смайлики — комбинации текстовых символов. Использование смайликов способно придать письму живой характер и даже заменить жестикуляцию. Но не следует этим злоупотреблять — это будет уже плохим тоном. Общаясь в Интернете, сообщая сведения, выражая эмоции, не надейтесь на полную конфиденциальность переписки.

Коротко правила сетевого этикета можно сформулировать следующим образом.

Правила сетевого этикета

- 1. Ясно идентифицируйте себя.*
- 2. Знайте и уважайте своего адресата.*
- 3. Указывайте тему сообщения.*
- 4. Пишите грамотно, кратко. Давайте чёткий ответ на поставленный вопрос.*
- 5. В текстовых сообщениях можете выражать эмоции с помощью небольших рисунков, называемых смайликами.*
- 6. Не запрашивайте подтверждения получения сообщения без необходимости.*
- 7. Не допускайте спама — бессодержательных, навязчивых или грубых сообщений в адрес другого лица или группы лиц.*
- 8. Не надейтесь на полную конфиденциальность переписки.*