

Информационная культура
Медиаобразование
Социальные сети

Грауле Рудольф
ПКo21

Понятие информационной культуры

- Информационная культура представляет собой способность общества эффективно применять информационные ресурсы и инструменты информационных коммуникаций, а также использовать прогрессивные ведущие результаты и достижения в сфере развития средств информатизации для этих целей.

История информационной культуры

Специалисты отмечают, что информационная культура на уровне общества проявилась в пяти информационных революциях:

- открытие языка;
- находка письменности;
- основание книгопечатания;
- изобретение электричества;
- применения компьютерных технологий.

Современная информационная культура выступает в качестве предмета, результата и средства социальной активности, хорошо отражает характер и уровень человеческой практической деятельности.

Критерии информационной культуры человека

Специалисты называют следующие признаки информационной культуры человека:

- умение адекватно выражать свою потребность в конкретной информации;
- способность перерабатывать полученную информацию и создавать новую;
- эффективно осуществлять поиск необходимых данных;
- умение вести индивидуальные поисковые информационные системы;
- способность адекватно оценивать информацию;
- умение правильно отбирать необходимые данные;
- способность к компьютерной грамотности и информационному общению.

Критерии информационной культуры являются отличными показателями уровня развития специфических инструментов для освоения разных объектов отражения. Эти критерии являются, в первую очередь, критериями познания социальной и природной действительности.

ИТОГ

Информационная культура совершенно не сводится к разрозненным знаниям и умениям работы за компьютером. Она предполагает информативную направленность целостной личности, которая обладает мотивацией к применению и усвоению новых данных. Информационная культура, по мнению специалистов, рассматривается как одна из граней личностного развития. Это путь универсализации качеств человека.

Понятие медиаобразования

- Медиаобразование рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

Основные направления медиаобразования:

- медиаобразование будущих профессионалов: журналистов (телевидение, радио, пресса, Интернет), кинематографистов, редакторов, продюсеров и др.;
- образование будущих педагогов в учебных заведениях
- медиаобразование как часть общего образования школьников и студентов, которое может быть интегрированным с традиционными дисциплинами или автономным;
- медиаобразование в учреждениях дополнительного образования и досуговых центрах
- дистанционное медиаобразование школьников, студентов и взрослых с помощью телевидения, радио, сети Интернет;
- самостоятельное и непрерывное медиаобразование (которое теоретически может осуществляться в течение всей жизни человека).

- Медиаобразование в современном мире рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа) с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники. Медиаграмотность помогает человеку активно использовать возможности информационного поля телевидения, радио, видео, кинематографа, прессы, Интернета, помогает ему лучше понять язык медиакультуры.

Необходимость медиаобразования

- Проблема защиты человеческого сознания от манипулирования им СМИ постоянно обостряется. Медиаобразование призвано выполнять уникальную функцию подготовки людей к жизни в информационном пространстве. С этой точки зрения сам факт игнорирования медиаобразовательной подготовки школьников и студентов можно рассматривать и как антигуманный.

Социальные сети

- Социальная сеть направлена на построение сообществ в Интернете из людей со схожими интересами или деятельностью. Связь осуществляется посредством сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями. Также бывают социальные сети для поиска не только людей по интересам, но и самих объектов этих интересов: веб-сайтов, прослушиваемой музыки и т. п.

История появления

- Принципы создания социальных сетей были изложены еще в 1950–1960 годах в теоретических работах математиков. Сам термин введен в 1954-м. Долгое время соцсети существовали только в теории, которая полностью сформировалась к 1970 году. В 1971-м появилась технология электронной почты в сети ARPANet, используемой военными. Она стала первой в истории сетью с применением компьютерной техники. Первый ретранслируемый интернет-чат был создан в 1988 году и назывался IRC. Очевидно, что пик развития социальных сетей пришелся на время повсеместного распространения Интернета. Пройдя стадию разноплановых чатов и сервисов наподобие «Живого журнала», общество пришло к созданию соцсетей в таком виде, который есть сейчас. Наиболее результативными в этом плане можно назвать 2003–2004 года, когда появились многие значимые социальные ресурсы.

Популярные социальные сети в России и мире

- **Facebook.** По-настоящему интернациональная площадка, число ее пользователей превышает 900 000 000. Год основания – 2004.
- **Twitter.** Соцсеть, позволяющая делиться короткими сообщениями (преимущественно новостными) и имеющая более 310 000 000 пользователей. Начала работать в 2006 году.
- **LinkedIn.** Данная сеть позиционируется больше как профессиональная и насчитывает более 255 000 000 пользователей. Появилась в 2003 году.
- **Google Plus+.** Это социальная сеть, поддерживаемая одноименным поисковиком и имеющая аудиторию более 120 000 000 пользователей. Начало работы – 2011 год.
- **Instagram.** Соцсеть, позволяющая делиться фотографиями и видеозаписями. Насчитывает более 100 000 000 пользователей. Появилась в 2010 году.
- **«ВКонтакте».** Молодежная российская соцсеть, обеспечивающая хорошие мультимедийные возможности (просмотр видео, прослушивание музыки и т. д.), насчитывает более 80 000 000 пользователей. Основана в 2006 году.
- **«Одноклассники».** Одна из самых популярных российских социальных сетей с количеством пользователей более 290 000 000. Принадлежит Mail.Ru Group. Появилась в 2006 году.

Какие возможности предоставляют соцсети для пользователей

Общение. Социальные сети шикарно подходят:

- для поиска старых друзей или родственников, с которыми давно прервалась связь;
- поддержки общения с имеющимися друзьями, родственниками или знакомыми;
- знакомства с новыми людьми для дружбы, романтических отношений и др.
- Удобство социальных сетей заключается в том, что все контакты собраны в одном месте, можно за небольшое время узнать новости обо всех друзьях, рассказать о себе.

- **Создание виртуального представительства.** Соцсети используются не только частными лицами, но и компаниями. Наличие собственной страницы позволяет сформировать необходимый имидж, подать товар/услугу в выгодном свете. С другой стороны, если не следить за контентом, который публикуется на странице, то можно добиться и обратного эффекта (создать антиимидж).
- **Обмен новостями.** Речь идет не только о новой информации, касающейся друзей, но и о новостях в привычном их виде. События последних лет показывают, что новости в социальных сетях распространяются очень быстро и способствуют формированию общественного мнения иногда даже больше, чем традиционные СМИ.

- **Отдых.** Современные соцсети предоставляют множество возможностей для этого. Можно играть, прослушивать музыку, смотреть фильмы, смешные ролики и др. Некоторые опции являются бесплатны
- **Образование.** Это может быть как целенаправленное изучение определенных курсов или публикаций какого-либо человека, так и случайное, например прочтение статей, опубликованных вашими друзьями. Информация зависит от круга интересов конкретной группы людей и может представлять собой кулинарные рецепты, литературу по психологии развития и многое другое.

Реклама в социальных сетях

Практически с момента своего появления социальные сети активно используются для рекламы, и этот рынок постоянно увеличивается. Она может использоваться для решения конкретных задач:

- ⦿ раскрутки бренда и повышения узнаваемости;
- ⦿ привлечения на сайт конверсионного трафика;
- ⦿ адресного обращения к представителям определенных целевых групп для передачи ключевого сообщения бренда;
- ⦿ увеличения охвата потенциальных покупателей путем рассказа о различных акциях.

Итог

- ◎ Социальные сети – самый, пожалуй, быстрый и удобный способ оставаться на связи с друзьями и бывшими одноклассниками. Несмотря на обилие соцсетей в наше время, наиболее популярные из них имеют одинаковые возможности для работы в них, поэтому критерием выбора может служить более высокая посещаемость (на сегодняшний день в России это «ВКонтакте») или личная «симпатия» к сайту.