

# Человек: информация и информационные процессы

# Вехи в истории человечества в работе с информацией

---

- **I веха** – *появление речи* (язык – универсальная система для представления любой информации)
- **II веха** – *появление письменности* (низкая скорость и высокая стоимость процессов копирования и тиражирования информации)
- **III веха** – *изобретение книгопечатания* (низкая скорость передачи информации. Отсюда – изобретение на следующем этапе телеграфа, телефона, радио, ТВ и др.)
- **IV веха** – *успехи точных наук и научно-техническая революция* (ряд изобретений и открытий подготовили изобретение компьютера)
- **V веха** – *появление ЭВМ* (работают с различными видами информации: текстовой, числовой, графической, звуковой)

# Способы восприятия информации

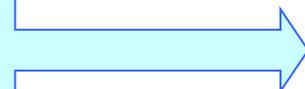
---

## Виды информации:

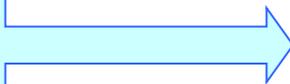
**зрительная**  
**(визуальная)**



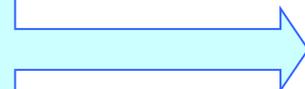
**звуковая**  
**(аудиальная)**



**обонятельная**



**осязательная**  
**(тактильная)**



**вкусовая**



## Органы чувств



# Формы представления информации

---

- **Символьная информация** – основана на использовании символов: букв, знаков и т.д. Она является наиболее простой. (Н-р, сигналы светофора, дорожные знаки)
- **Текстовая информация** – более сложная форма. Тоже используются символы: буквы, числа, математические знаки. Однако, информация заложена не только в этих символах, но и в их сочетании. (Н-р, слова «кот» и «ток» состоят из одинаковых букв, но содержат различную информацию)
- **Графическая информация** – самая ёмкая и сложная форма – фотографии, чертежи, схемы, рисунки, картины, кадры фильмов и т.д. (Попробуйте объяснить с помощью слов, как отличить собаку от кошки)

# Свойства информации

---

- **Ясность** – информация изложена на понятном языке (доступна для понимания).
- **Полнота** – информации достаточно для понимания сущности вопроса и принятия решения.
- **Достоверность** - информация соответствует истинному положению дел.
- **Актуальность** - информация соответствует текущему моменту, при работе в изменяющихся условиях.
- **Ценность (полезность)** – зависит от того, какие задачи мы можем решить с её помощью.

## *Информацию* МОЖНО:

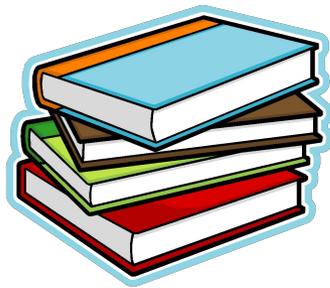
- создавать;
- передавать;
- принимать;
- запоминать;
- искать;
- копировать;
- обрабатывать;
- разрушать;
- измерять;
- делить на части и т.д.



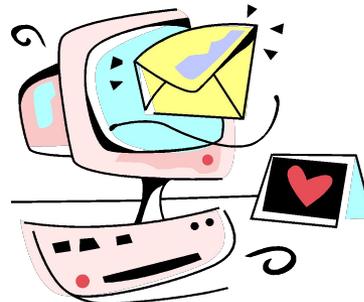
# ВИДЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

**СБОР**  
ИНФОРМАЦИИ

**ХРАНЕНИЕ**  
ИНФОРМАЦИИ



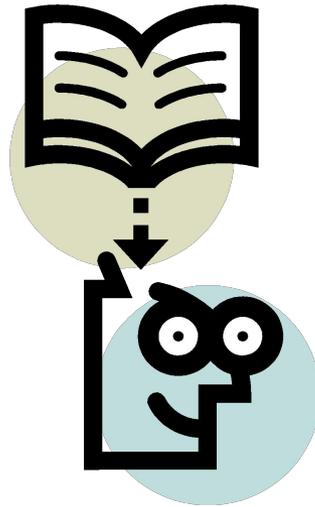
**ПЕРЕДАЧА**  
ИНФОРМАЦИИ



**ОБРАБОТКА**  
ИНФОРМАЦИИ



# СБОР ИНФОРМАЦИИ



органы чувств

специальные (технические)  
устройства

# СБОР ИНФОРМАЦИИ



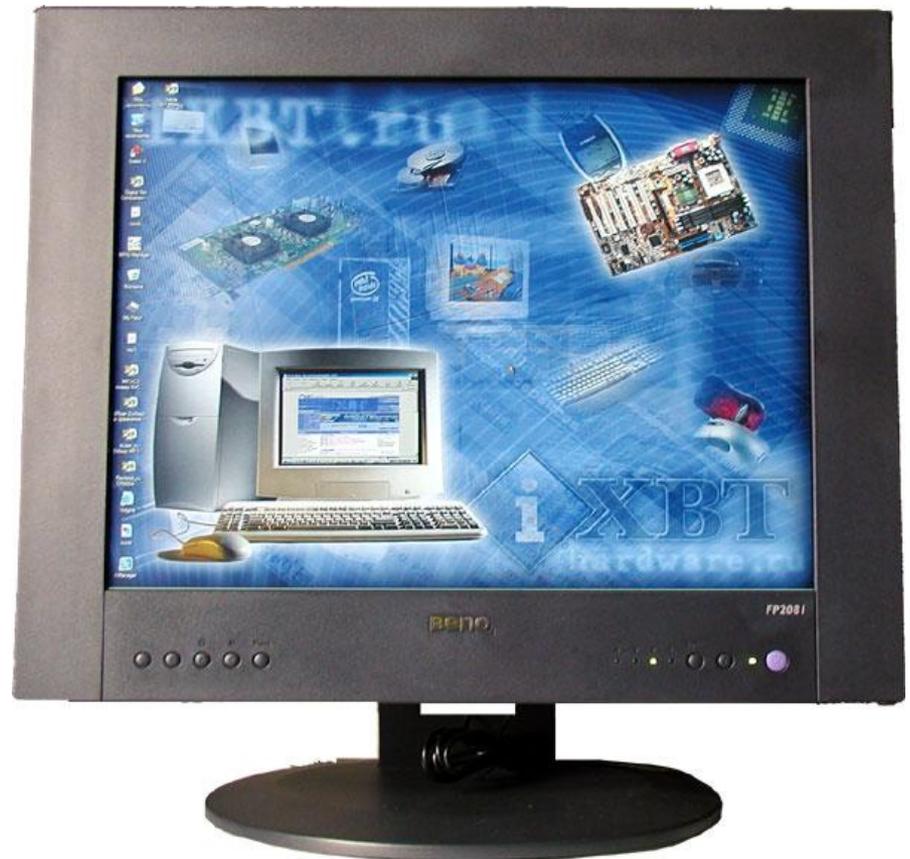
# СБОР ИНФОРМАЦИИ



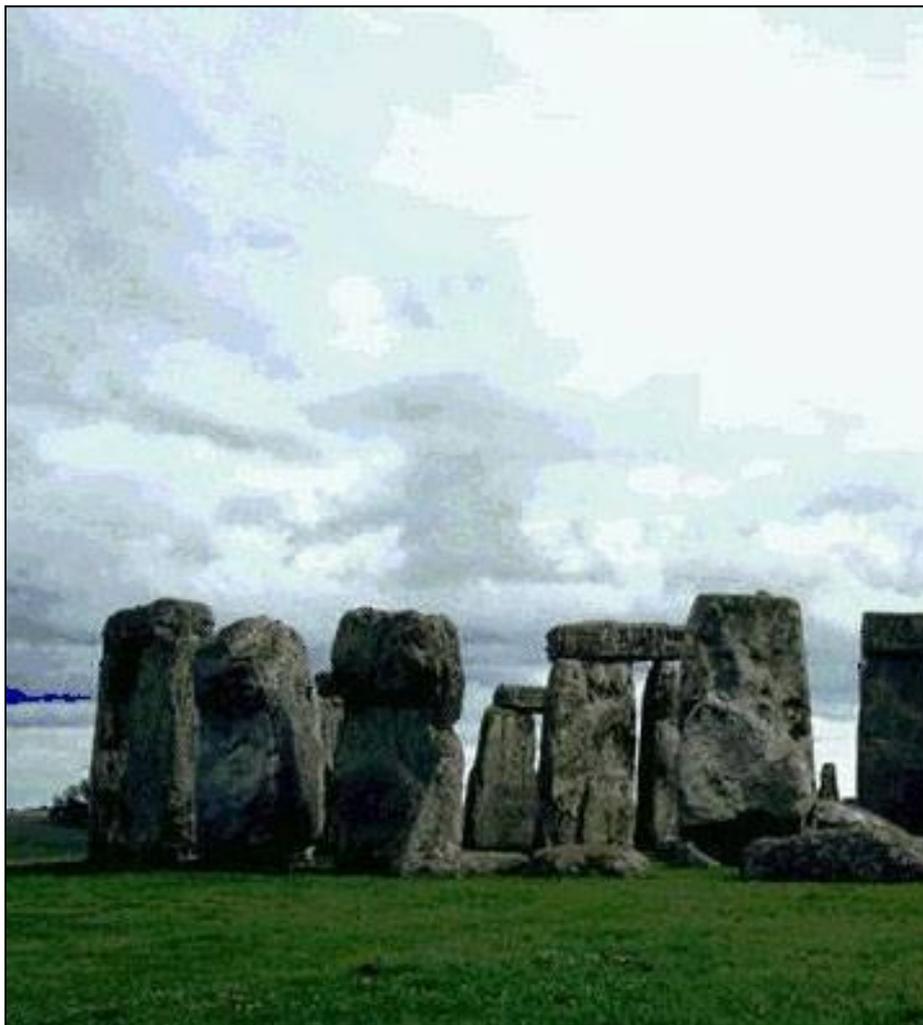
# СБОР ИНФОРМАЦИИ



# СБОР ИНФОРМАЦИИ



# СБОР ИНФОРМАЦИИ



# СБОР ИНФОРМАЦИИ

## АНКЕТА

ЗАПОЛНИТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, АНКЕТУ И ВЫШЛИТЕ ЕЕ В РЕДАКЦИЮ  
ПО ФАКСУ: 967-92-14 ИЛИ ЗАПОЛНИТЕ ЭЛЕКТРОННЫЙ ВАРИАНТ АНКЕТЫ,  
КОТОРЫЙ МОЖНО НАЙТИ НА САЙТЕ ЖУРНАЛА [WWW.MALLMAG.RU](http://WWW.MALLMAG.RU)

1. Название компании \_\_\_\_\_
2. Год основания \_\_\_\_\_
3. Сфера деятельности:
- а) розничная торговля (специализация) \_\_\_\_\_
  - б) общественное питание (специализация) \_\_\_\_\_
  - в) услуги и сервис (специализация) \_\_\_\_\_
  - г) развлечения (специализация) \_\_\_\_\_
4. Принцип развития сети и кол-во точек:
- а) сетевое развитие \_\_\_\_\_
  - б) франчайзинг \_\_\_\_\_
  - в) дистрибуция \_\_\_\_\_
5. Годовой оборот \_\_\_\_\_
7. Средняя проходимость (в неделю) \_\_\_\_\_
8. Все ли точки компании соответствуют одному стилю \_\_\_\_\_
9. Маркетинговая программа: какие рассчитанные на потребителя и повышение продаж действия были предприняты за 2004 г. (PR-акции, благотворительность и пр.) \_\_\_\_\_
10. Проводятся ли совместные мероприятия с ТЦ, в котором вы арендуете площадь, и какие (реклама, различные акции, нацеленные на продвижения бренда, и др.) \_\_\_\_\_
11. Методы продвижения компании (где и как рекламируется, в каких объемах) \_\_\_\_\_
12. Почему вы достойны звания лучшего арендатора (ваши конкурентные преимущества) \_\_\_\_\_

5. В каких ТЦ расположены точки и их площадь:

Название и площадь ТЦ	Адрес ТЦ и контактная информация	Площадь точки

Приложить к анкете:

1. Рекомендацию вашего арендодателя (заполнить здесь или приложить отдельно; пожалуйста, укажите, кто дал вам эту рекомендацию);
2. 5–6 фотографий ваших точек (снаружи — вывеска/витрина и внутри). Вышлите по электронной почте [mail@rusretail.ru](mailto:mail@rusretail.ru).

Ваш комментарий \_\_\_\_\_

Данной заявкой компания подтверждает свое желание принять участие в конкурсе «Лучший арендатор ТЦ-2004», проводимый журналом «Молл». Данные о компании приведены корректно.

Подпись заполнившего анкету (Ф.И.О. с расшифровкой, должность) и дата:

Ф.И.О. \_\_\_\_\_ Должность \_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_

# СБОР ИНФОРМАЦИИ

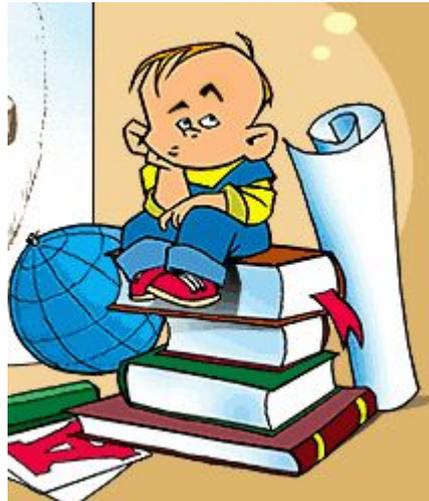


Уберите лишнее.

# ОБРАБОТКА ИНФОРМАЦИИ

преобразование информации из одного вида в другой, осуществляемое по строгим формальным правилам

*входная*



*выходная*



# ОБРАБОТКА ИНФОРМАЦИИ

<b>Примеры</b>	<b>Входная информация</b>	<b>Выходная информация</b>
<b>Таблица умножения</b>	Множители	Произведение
<b>Определение времени полета рейса “Москва – Симферополь”</b>		
<b>Отгадывание слова в игре “Поле чудес”</b>		
<b>Получение секретных сведений</b>		
<b>Постановка диагноза болезни</b>		

# ОБРАБОТКА ИНФОРМАЦИИ

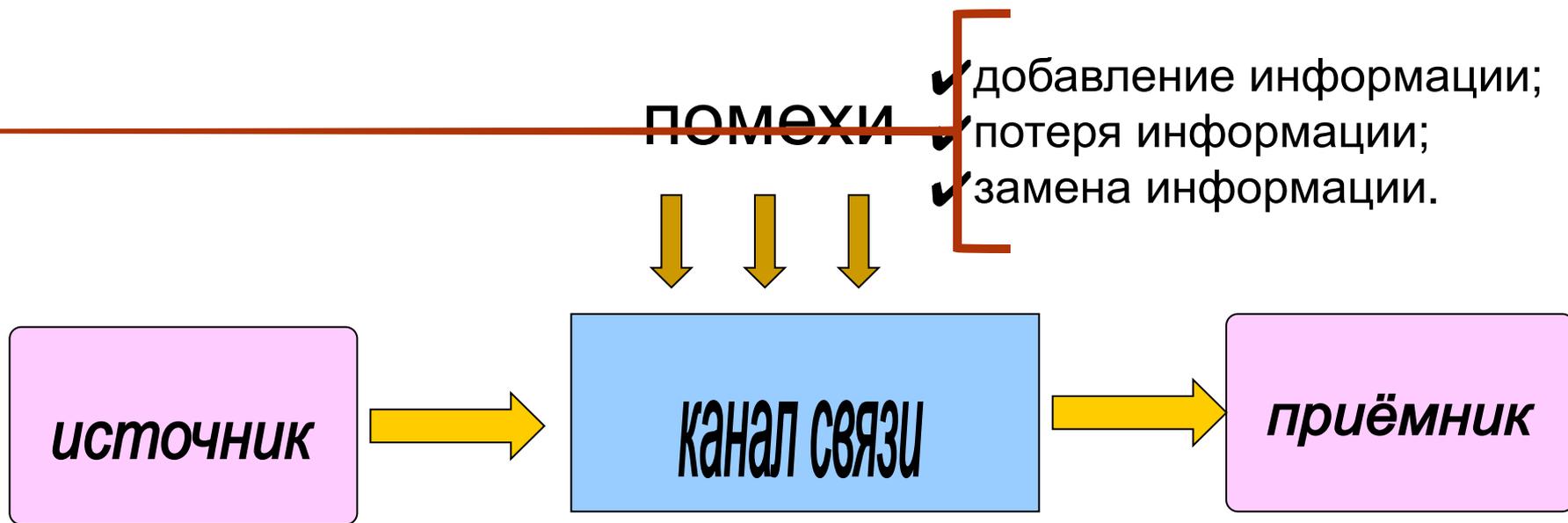
Определите правило, по которому составлена последовательность, и продолжите ее:

а) а, в, е, и, н, ...

б) 1, 2, 4, 8, 16, 32, ...

в) 1, 11, 21, 1211, 111221, 312211, 13112221, ...

# ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ



*Приведите примеры из истории и литературы, когда при передаче информация преднамеренно искажалась.  
К чему это привело?*

# ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ

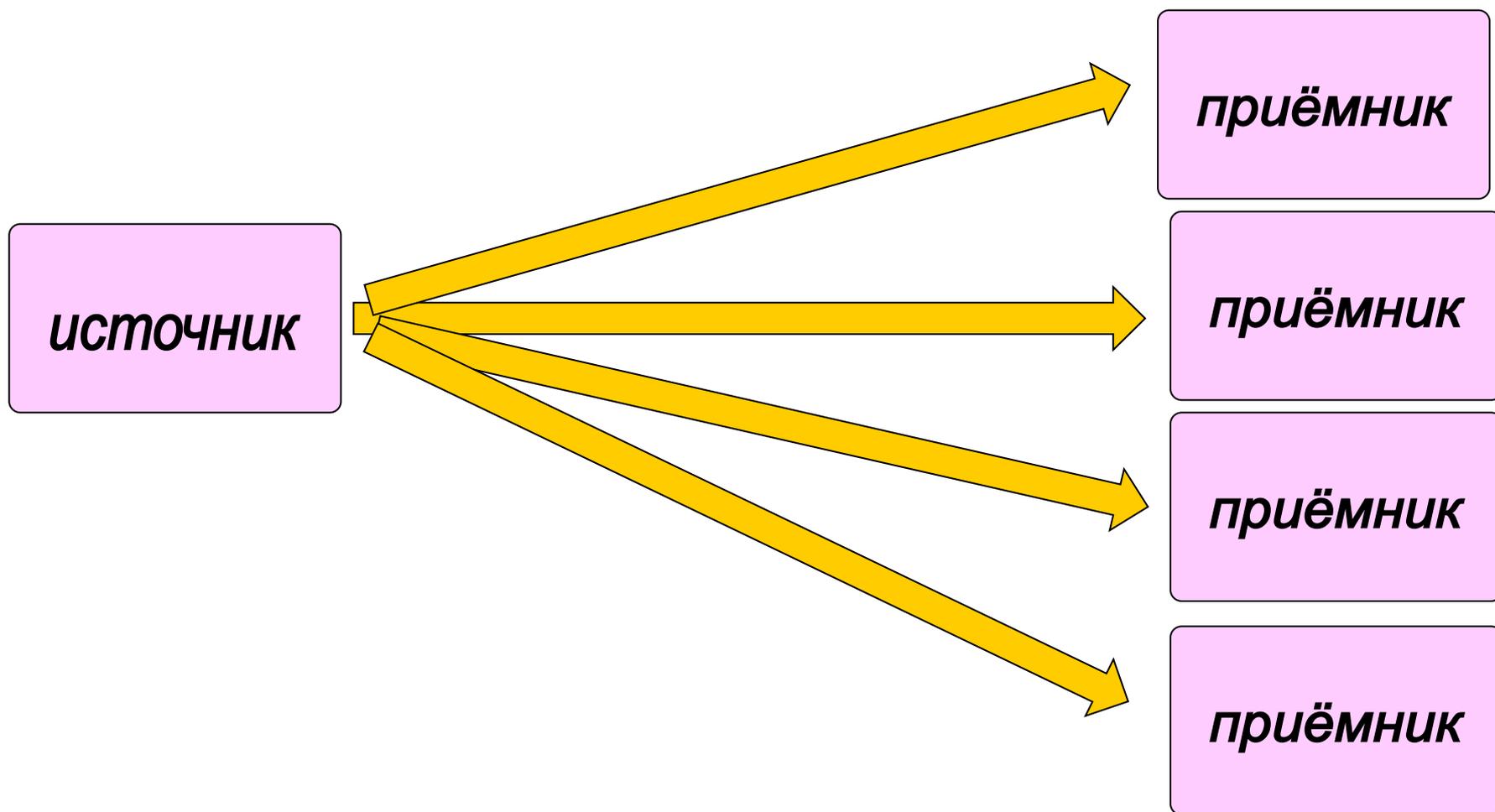
Вот несколько ситуаций, в которых можно обнаружить передачу информации.

- ✓ **Определите, кто или что является источником, а кто или что - приёмником.**

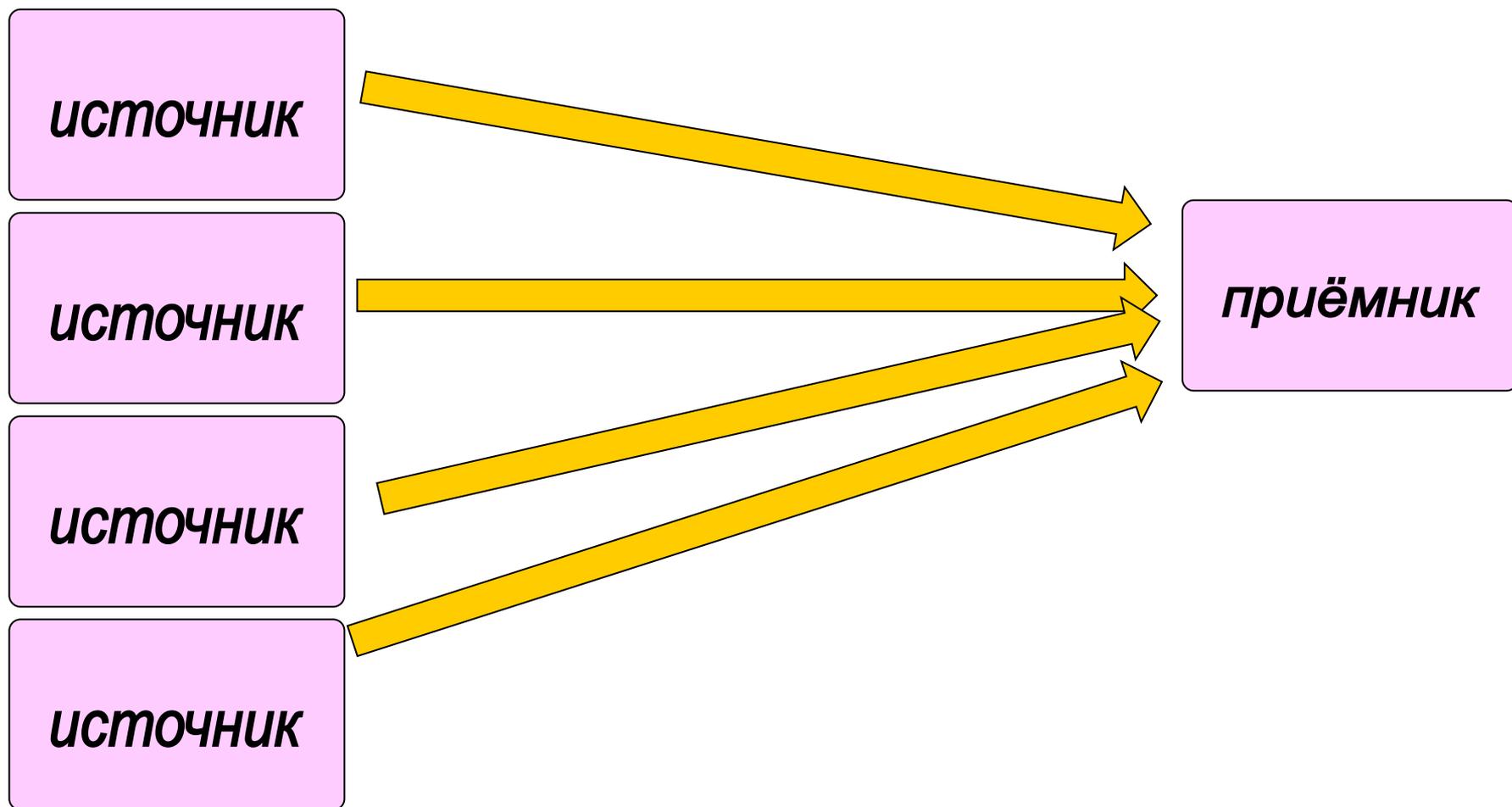


- Пешеход переходит дорогу по регулируемому перекрёстку.*
- Школьник учит уроки по учебнику.*
- Мальчик играет на компьютере.*
- Ты набираешь телефонный номер, чтобы позвонить.*
- Ты пишешь поздравительную открытку.*
- Ты пишешь адрес и почтовый индекс на конверте.*

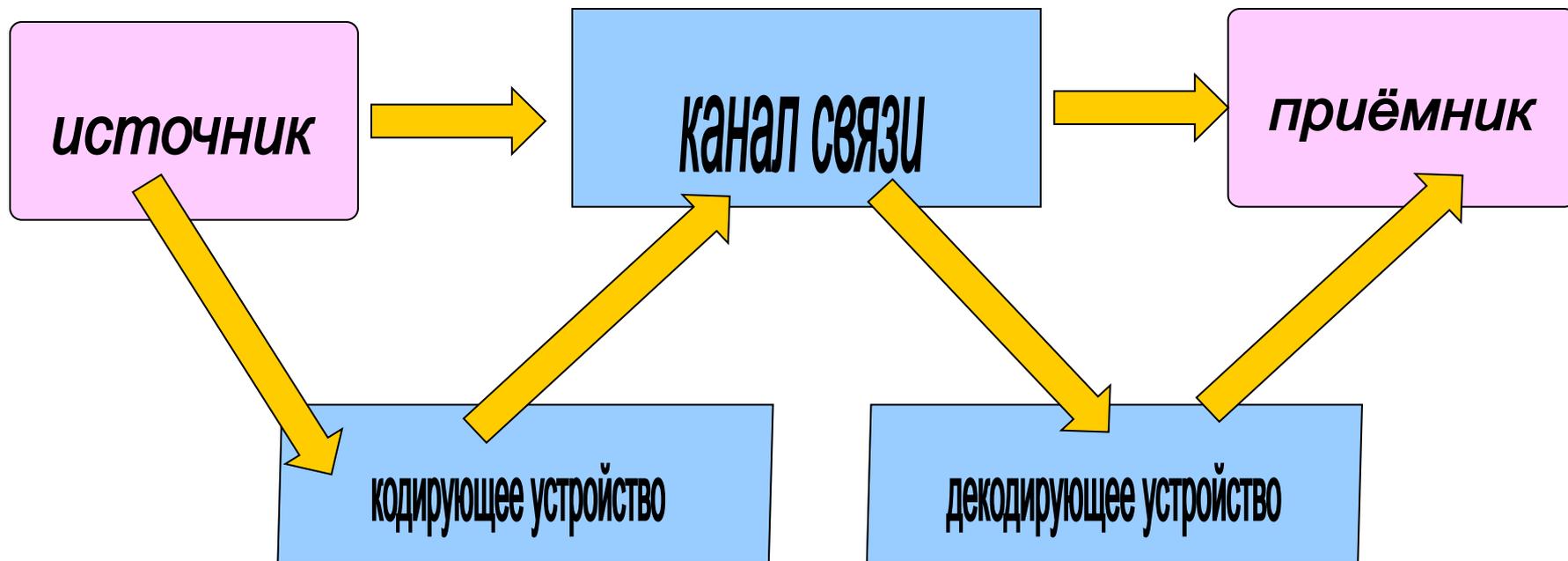
# ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ



# ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ



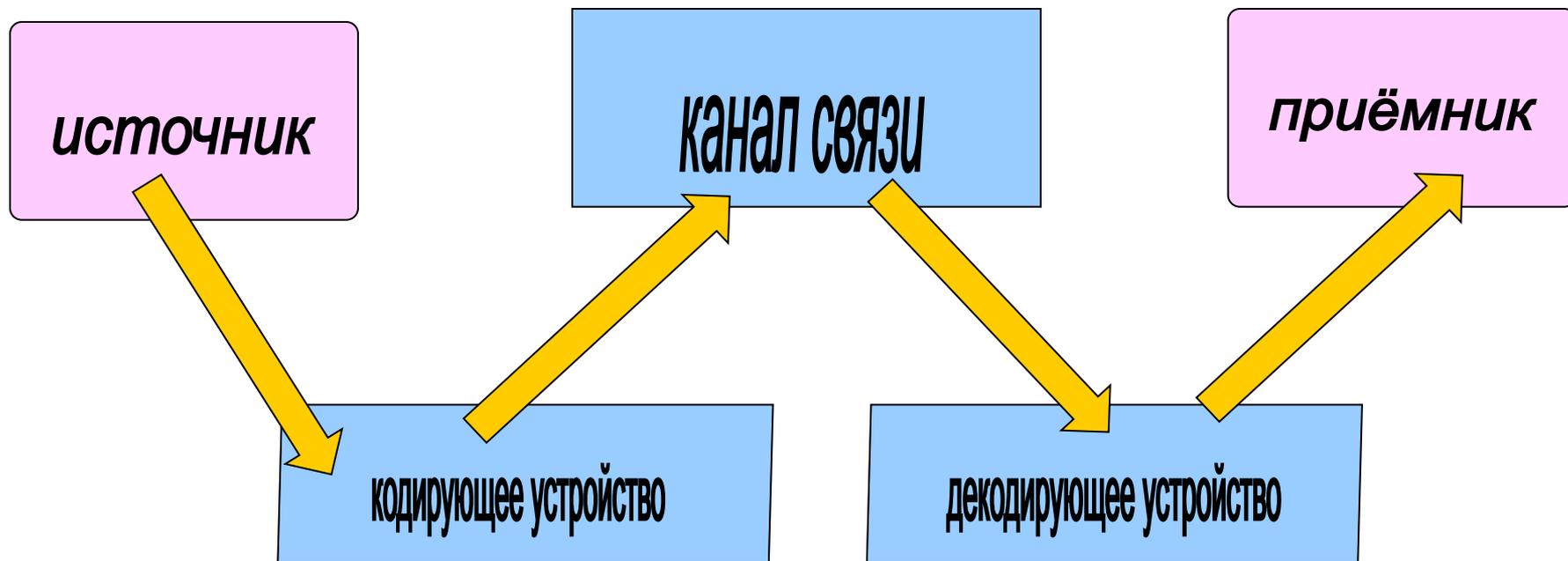
# ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ



устройство,  
предназначенное для  
преобразования  
исходного сообщения  
источника информации  
к виду, удобному для  
передачи

устройство для  
преобразования  
кодированного  
сообщения в исходное

# ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ

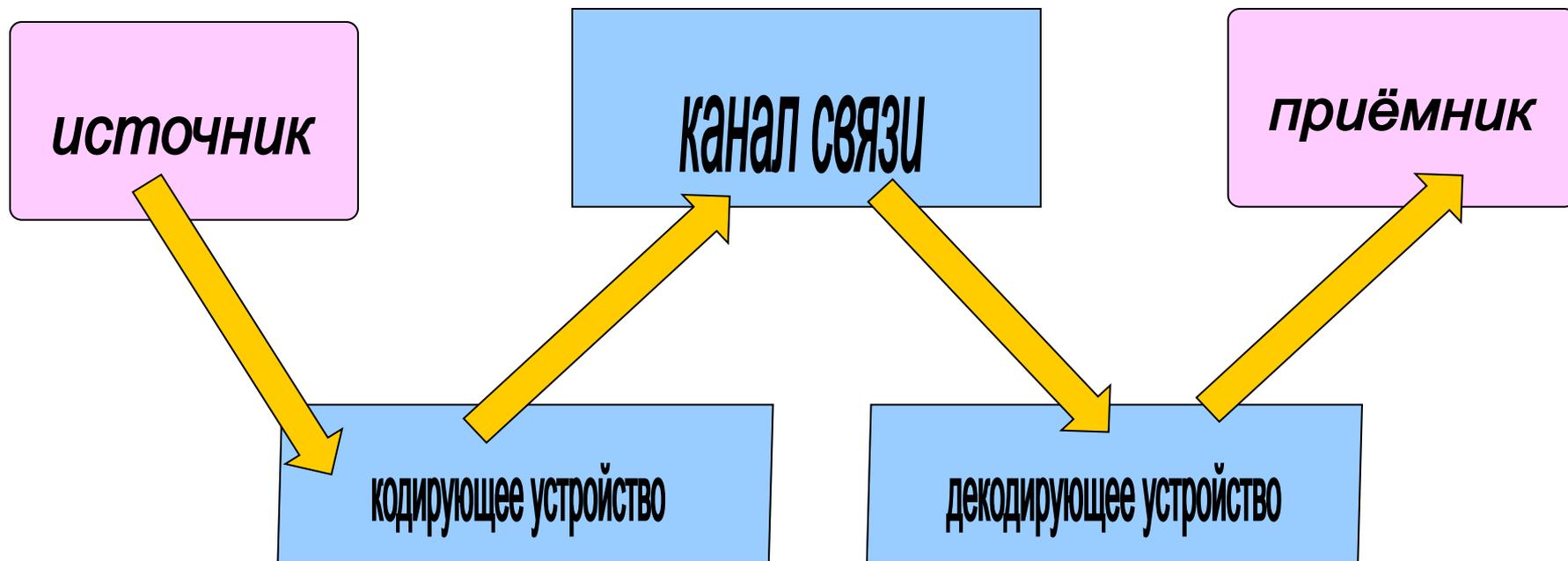


устройство,  
предназначенное для  
преобразования  
исходного сообщения  
источника информации  
к виду, удобному для  
передачи

устройство для  
преобразования  
кодированного  
сообщения в исходное

**разговор двух людей**

# ПЕРЕДАЧА ИНФОРМАЦИИ



устройство,  
предназначенное для  
преобразования  
исходного сообщения  
источника информации  
к виду, удобному для  
передачи

устройство для  
преобразования  
кодированного  
сообщения в исходное

Телефонный разговор

# ХРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ

Носитель информации – это устройство, хранящее или передающее информацию.

Носителем информации может быть:

- *любой материальный предмет* (бумага, камень, дерево, стол, классная доска, звездная пыль, мусор на полу и т. д.);
- *волны различной природы*: акустическая (звук), электромагнитная (свет, радиоволна), гравитационная (давление, притяжение) и т. д.;
- *вещество в различном состоянии*: концентрация молекул в жидком растворе, температура и давление газа и т. д.

# ХРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ

## Основные хранилища информации

Для человека	Для общества	Компьютерные хранилища
Память	Библиотеки, видеотеки, фонотеки, архивы, патентные бюро, музеи, картинные галереи	Базы и банки данных, информационно-поисковые системы, электронные энциклопедии, медиатеки

# **ХРАНЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ**

- *Как люди могут узнать о жизни своих предков, живших много лет назад?*
- *Перечислите способы хранения музыкальной информации.*