

МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ИРКУТСКОГО РАЙОННОГО МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
Ревякинская средняя общеобразовательная школа

**Элективный курс
«Социальная информатика»
для обучающихся 9 класса**

Учитель: Тарасова Анастасия Александровна,

учитель информатики,

первая квалификационная категория

Рецензент: Пегасова Наталья Арнольдовна,

кандидат педагогических наук, доцент кафедры

информатики и методики обучения информатике

Иркутск, 2016 г.

Содержание

	Стр.
Актуальность	3
1.1.Программа элективного курса «Социальная информатика»	4
1.2.Учебно-методическая поддержка элективного курса «Социальная информатика».....	11
Список литературы	70
Приложение 1. Лабораторные работы к элективному курсу.....	73
Приложение 2. Итоговый тест к элективному курсу.....	91

Актуальность

Развитие новых информационных технологий и их быстрое проникновение во все сферы жизни породило новое направление в современной информатике – «Социальная информатика».

«Социальная информатика» является сравнительно новым разделом в школьном курсе «Информатика и ИКТ», который изучает закономерности протекания информационных процессов в человеческом обществе.

Предметная область социальной информатики развивается достаточно быстро в соответствие с динамикой развития информатизации общества. Возрастает социальная значимость интеллектуального труда, ориентированного на использование распределенных ресурсов сети Интернет, на осуществление информационного взаимодействия в сетях, на продуцирование информационного продукта.

Социальная информатика рассматривает следующие вопросы:

- закономерности и проблемы становления информационного общества;
- информационные ресурсы как фактор социально-экономического и культурного развития общества;
- развитие личности в информационном обществе;
- информационную безопасность.

1.1.Программа элективного курса «Социальная информатика»

Пояснительная записка

Элективный курс «Социальная информатика» предназначен для обучающихся 9 класса. Продолжительность обучения 17 аудиторных часов. Занятия проводятся по одному часу в неделю.

Элективный курс «Социальная информатика» рассчитан на углубленное изучение темы. Направленность курса – развивающая, так как он ориентирован на удовлетворение и поощрение любознательности обучающихся.

Целевая аудитория: – *обучающиеся 9 класса*

Цель элективного курса заключается в углублении имеющихся у учеников знаний по проблемам социальной информатики, формировании у школьников информационной культуры и ориентировании поведения в информационном обществе.

Задачи курса, решение которых поможет реализовать данную цель, заключаются в следующем:

- 1) расширить представлений знаний обучающихся об информационном обществе;
- 2) дать представление об истории возникновения информационного общества;
- 3) привить навыки информационной культуры;
- 4) знать основные законы, регулирующие информационную безопасность;
- 5) сформировать умения свободно создавать и использовать свои страницы в социальных сетях, блогах.

Тематическое планирование

(17ч., 1ч. в неделю)

Таблица 1 - Тематическое планирование элективного курса

№ n/n	Разделы и темы	Количество учебных часов		
		часы	лекции	практика
1	Информационная революция. Информационное общество. Информационная культура	1	1	-
2	Влияние информационной культуры на развитие личности. Информационный шум	1	1	-
3	Социальные сетевые сервисы. Социальные поисковые системы и народные классификаторы. Лабораторная №1 «Социальная поисковая система Google»	2	0,5	1,5
4	Социальные сети	1	1	-
5	Лабораторная №2 «Создание личных страниц в различных социальных сетях»	1	-	1
6	Лабораторная №3 «Ведение личных страниц в различных социальных сетях»	2	-	2
7	Блоги. Лабораторная №4 «Создание и ведение блога»	2	0,5	1,5
8	Вики. Социальные медиакранилища. Лабораторная №5 «Загрузка видео на Youtube»	2	0,5	1,5
9	Общение в трехмерной реальности. Мэшп и многофункциональные порталы.	1	1	-
10	Информационная безопасность	1	1	-
11	Лабораторная работа №6 «Информационная безопасность»	1	-	1
12	Нормативные документы. Основные положения закона «Об информации, информатизации и защите информации».	1	1	-
13	Итоговый тест	1	-	1
	Итого	17	7,5	9,5

Деятельность обучающихся в рамках курса направлена не столько на изучение теории, но и на решение различных практических задач и реализации себя в информационном социуме.

Личностные, метапредметные и предметные результаты освоения элективного курса

Личностные образовательные результаты

- широкие познавательные интересы, инициатива и любознательность, мотивы познания и творчества; готовность и способность учащихся к саморазвитию и реализации творческого потенциала;
- готовность к повышению своего образовательного уровня и продолжению обучения с использованием средств и методов информатики и ИКТ;
- основы информационного мировоззрения – научного взгляда на область информационных процессов в живой природе, обществе, технике как одну из важнейших областей современной действительности;
- способность увязать учебное содержание с собственным жизненным опытом и личными смыслами, понять значимость подготовки в области информатики и ИКТ в условиях развития информационного общества;
- готовность к самостоятельным поступкам и действиям, принятию ответственности за их результаты;
- способность к избирательному отношению к получаемой информации за счет умений ее анализа и критичного оценивания; ответственное отношение к информации с учетом правовых и этических аспектов ее распространения;
- развитие чувства личной ответственности за качество окружающей информационной среды;
- развитие чувства личной ответственности за культуру общения в сети Интернет.

Метапредметные образовательные результаты

- владение основными общеучебными умениями информационно-логического характера;

- владение умениями организации собственной учебной деятельности, включающими: целеполагание как постановку учебной задачи на основе соотнесения того, что уже известно, и того, что требуется установить; планирование – определение последовательности промежуточных целей с учетом конечного результата, разбиение задачи на подзадачи, разработка последовательности и структуры действий, необходимых для достижения цели при помощи фиксированного набора средств; прогнозирование – предвосхищение результата; контроль – интерпретация полученного результата, его соотнесение с имеющимися данными с целью установления соответствия или несоответствия (обнаружения ошибки); коррекция – внесение необходимых дополнений и корректив в план действий в случае обнаружения ошибки; оценка – осознание учащимся того, насколько качественно им решена учебно-познавательная задача;

- владение основными универсальными умениями информационного характера: постановка и формулирование проблемы; поиск и выделение необходимой информации, применение методов информационного поиска; структурирование и визуализация информации; выбор наиболее эффективных способов решения задач в зависимости от конкретных условий; самостоятельное создание алгоритмов деятельности при решении проблем творческого и поискового характера;

- владение информационной культурой, способностью преодоления информационных барьеров и свободно ориентироваться в информационной среде:

- владение совокупностью знаний, правил и навыков, позволяющих находить и использовать данные (документы) независимо от места их нахождения;

- широкий спектр умений и навыков использования средств информационных и коммуникационных технологий для сбора, хранения,

преобразования и передачи различных видов информации, навыки создания личного информационного пространства;

- владение основами продуктивного взаимодействия и сотрудничества со сверстниками и взрослыми: умение правильно, четко и однозначно сформулировать мысль в понятной собеседнику форме; умение осуществлять в коллективе совместную информационную деятельность, использование коммуникационных технологий в учебной деятельности и повседневной жизни.

- оценивать достоинства и опасности общения в социальных сетях;

- владение навыками ответственного и безопасного поведения в сети Интернет.

Предметные образовательные результаты:

Обучающиеся будут знать:

- основные понятия социальной информатики;
- понятия информационного общества и информационной культуры;
- виды социальных сетевых сервисов;
- об основных средствах и методах активизации информационных ресурсов и их эффективного социального использования;
- нормативные документы, регулирующие социальную информатику;
- понятия и принципы информационной безопасности;
- этические нормы при работе с информацией.

Обучающиеся будут уметь:

- создавать и вести свою страницу в социальных сетях;
- создавать и вести свой блог;
- общаться в трехмерной реальности;
- применять поисковые системы для поиска необходимой информации;
- оценивать влияние процесса информатизации общества на развитие науки, культуры, системы образования.

Контроль знаний и умений:

Текущий контроль уровня усвоения материала учащимися производится по рейтинговой системе, построенной на накоплении и учёте баллов за любые действия обучающихся. Учитель при этом получает возможность объективнее подойти к оценке результатов, проследить динамику усвоения знаний каждого учащегося, дифференцировать значимость оценок, полученных за различные виды работы.

Накопительная система поощрительных баллов в случае необходимости (выставление оценок в табель) всегда может превратиться в оценку по пятибалльной шкале:

- «5» - 80% и более от суммы набранных баллов;
- «4» - от 71% до 79% от суммы набранных баллов;
- «3» - от 61% до 70% от суммы набранных баллов.

Для контроля эффективности обучения элективному курсу применяется:

Входной контроль в начале курса, с целью выяснения уже имеющихся знаний у обучающихся и того, что бы они хотели узнать, и чему научиться в результате прохождения занятий.

Промежуточный контроль после изучения каждого раздела программы в форме самостоятельных и практических работ.

Итоговый контроль проводится после изучения всего курса в форме теста.

Состав программного обеспечения:

- операционная система Windows;
- интернет браузеры Google Chrom, Mozilla Firefox;

Технические средства обучения:

- персональный компьютер;
- web-камера;
- мультимедийный проектор;

- интерактивная доска;
- доступ к сети Интернет.

Формы проведения занятий:

- лекции;
- практическая работа;
- самостоятельная работа.

Учебно-методический комплекс элективного курса включает:

- тематическое планирование, рассчитанное на 17 часа;
- лекции;
- лабораторный практикум.

На последнем уроке обучающиеся проходят тестирование по пройденному материалу. Представляют свои личные страницы в социальных сетях и блоги.

Роль учителя на этапе подготовки проектов сводится к наблюдению за действиями обучающихся, консультированию, экспертизе и помощи в случае необходимости.

1.2. Учебно-методическая поддержка элективного курса «Социальная информатика»

Лекция № 1 «Информационная революция. Информационное общество. Информационная культура»

Цели урока:

- **Образовательная** – сформировать понятия об информационной революции, информационном обществе и информационной культуре.
- **Развивающая** – продолжить развитие познавательных психических и эмоционально-волевых процессов: внимание, память, воображение.
- **Воспитательная** – внимательность, аккуратность, интерес к предмету.

Тип урока: урок формирования новых знаний и умений.

Оборудование урока:

- компьютеры с ОС MS Windows;
- проектор;
- экран (интерактивная доска);
- презентация;

Основные понятия:

- информационная революция
- информационное общество
- информационная культура

План урока:

1. Организационный момент. (5 минут)
2. Изучение нового материала (30 минут)
3. Подведение итогов урока. Рефлексия (5 минут)

Ход урока

1. Организационный момент.

Приветствие обучающихся.

2. Изучение нового материала.

В последней трети XX в. в результате накопления знаний, разработки новых технологий и их широкого распространения началось формирование информационного общества, приходящего на смену индустриальному. Оно основывается на развитии науки, эффективных технологий, новом качестве человеческого капитала, изменении социальной структуры общества, более высоком уровне управления, более рациональном использовании ресурсов, связанных с этими факторами новыми возможностями в производстве, потреблении и снижении удельных затрат ресурсов на выпуск продукции и услуг.

Предпосылки возникновения современного информационного общества мы предлагаем рассмотреть в контексте теории информационных революций А.И. Ракитова. Под информационной революцией нами будут пониматься изменения инструментальной основы, способа передачи и хранения информации, а также объема информации, доступной активной части населения.

А.И. Ракитов выделяет пять информационных революций.

Содержание первой информационной революции составляет распространение и внедрение в деятельность и сознание человека языка. Вторая информационная революция была связана с изобретением письменности, а сущность третьей информационной революции состоит в изобретении книгопечатания. Третья информационная революция отличалась от своих предшественниц тем, что сделала любую информацию, и особенно научные знания, продукцией массового потребления. Четвертая информационная революция состояла в применении электрической аппаратуры и основанных на электричестве аппаратов и приборов для скоростного и предельно массового распространения всех видов информации и знаний. Пятая, последняя, революция включает в себя следующие характеристики:

- создание сверхскоростных вычислительных устройств - компьютеров (в т.ч. персональных);

- создание, постоянное наполнение и расширение гигантских автоматизированных баз данных и знаний;
- создание и быстрый рост трансконтинентальных коммуникационных сетей.

Информационное общество - теоретическая концепция постиндустриального общества; историческая фаза возможного эволюционного развития цивилизации, в которой информация и знания умножаются в едином информационном пространстве. Главными продуктами производства информационного общества становятся информация и знания. Отличительные черты информационного общества:

- увеличение роли информации, знаний и информационных технологий в жизни общества;
- возрастание числа людей, занятых информационными технологиями, коммуникациями и производством информационных продуктов и услуг, рост их доли в валовом внутреннем продукте;
- нарастающая информатизация общества с использованием телефонии, радио, телевидения, сети Интернет, а также традиционных и электронных СМИ;
- создание глобального информационного пространства, обеспечивающего: (а) эффективное информационное взаимодействие людей, (б) их доступ к мировым информационным ресурсам и (в) удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах;
- развитие электронной демократии, информационной экономики, электронного государства, электронного правительства, цифровых рынков, электронных социальных и хозяйствующих сетей;

Информационное общество - это общество, в котором большая часть населения занята получением, переработкой, передачей и хранением информации.

Информационное общество — это ступень в развитии современной цивилизации, характеризующаяся увеличением роли информации и знаний в жизни общества, возрастанием доли информационно-коммуникационных технологий, информационных продуктов и услуг в валовом внутреннем продукте, созданием глобальной информационной инфраструктуры, обеспечивающей эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к информации и удовлетворение их социальных и личностных потребностей в информационных продуктах и услугах.

Своим названием термин «информационное общество» обязан профессору Токийского технологического института Ю. Хаяши, чей термин был использован в появившихся практически одновременно — в Японии и США — в работах Ф. Махлупа (1962) и Т. Умесао (1963).

27 марта 2006 года генеральная Ассамблея ООН приняла резолюцию под номером A/RES/60/252, которая провозглашает 17 мая Международным днем информационного общества.

Количество информации в современном обществе стремительно нарастает, человек оказывается погруженным в море информации. Для того чтобы в этом море "не утонуть", необходимо обладать информационной культурой, т. е. знаниями и умениями в области информационных и коммуникационных технологий, а также быть знакомым с юридическими и этическими нормами в этой сфере.

В самом общем смысле **информационная культура** - это способность преодоления информационных барьеров и свободная ориентация в информационной среде. Это совокупность знаний, правил и навыков, позволяющих находить и использовать данные (документы) независимо от места их нахождения.

По определению одного из ведущих отечественных специалистов в области информатизации Э.П. Семенюка, "**информационная культура** - это информационная компонента человеческой культуры".

Критериями информационной культуры можно считать:

- умение адекватно формулировать свою потребность в информации;
- эффективно осуществлять поиск нужной информации;
- умение перерабатывать информацию и создавать новую;
- умение адекватно отбирать и оценивать информацию;
- наличие компьютерной грамотности.

По мнению М.В. Макаровой, **"информационная культура** - умение целенаправленно работать с информацией и использовать для ее получения, обработки и передачи компьютерную информационную технологию, современные технические средства и методы".

С точки зрения А.П. Суханова, **"информационная культура** в узком смысле - это уровень достигнутого в развитии информационного общения людей, а также характеристика информационной сферы жизнедеятельности людей, в которой мы можем отметить степень достигнутого, количество и качество созданного, тенденции развития, степень прогнозирования будущего".

Информационная культура состоит не только в овладении определенным комплексом знаний и умений в области информационных и коммуникационных технологий, но также предполагает знание и соблюдение юридических и этических норм и правил. Законы запрещают использование пиратского компьютерного обеспечения и пропаганду насилия, наркотиков и порнографии в Интернете. Общение с помощью электронной почты или в чатах, участие в телеконференциях предполагают соблюдение определенных правил: отвечать на письма и не рассылать знакомым и незнакомым людям многочисленные рекламные сообщения (спам), не отклоняться от темы обсуждения в телеконференциях и чатах и т. д.

3.Подведение итогов урока. Рефлексия.

Что нового вы узнали? (определения) Где вы можете применить полученные знания?

Лекция № 2 «Влияние информационной культуры на развитие личности. Информационный шум»

Цели урока:

- **Образовательная** – донести информацию о влиянии информационной культуры на развитие личности, сформировать понятие об информационном шуме;
- **Развивающая** – продолжить развитие познавательных психических и эмоционально-волевых процессов: внимание, память, воображение.
- **Воспитательная** – внимательность, аккуратность, интерес к предмету.

Тип урока: урок формирования новых знаний и умений.

Оборудование урока:

- компьютеры с ОС MS Windows;
- проектор;
- экран (интерактивная доска);
- презентация;

Основные понятия:

- информационная культура;
- информационный шум.

План урока:

1. Организационный момент (5 минут).
2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся (5 минут).
3. Изучение нового материала (25 минут).
4. Подведение итогов урока. Рефлексия (5 минут).

Ход урока

1. Организационный момент.

Приветствие обучающихся.

2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся.

- информационная революция
- информационное общество
- информационная культура

3.Изучение нового материала.

Человек, погруженный в современную информационную культуру, испытывает на себе влияние ее материальной (технократической) и социальной стороны. Влияние это неодинаково. Как уже говорилось, материальная, производственная сторона информационной культуры подразумевает знание технических способов и средств кодирования, передачи, обработки и накопления информации. Данная область информационной культуры апеллирует не к общей и не к индивидуальной, а к профессиональной компетенции личности. Технология выступает усовершенствованным орудием разумной деятельности и помогает человеку осуществлять поставленные задачи наиболее эффективным и менее трудоемким образом. Залогом рентабельности и распространения той или иной технологии является принцип целесообразности, т.е. присутствие рационального зерна на стадии разработки и применения данной технологии. Иными словами, любая технология — это практическое приложение научной мысли. Таким образом, положительное влияние технической, материальной стороны информационной культуры на современного человека заключается в том, что она, опираясь на точные знания, стимулирует изучение прикладных наук и освоение людьми навыков поиска и «отсеивания» информации. Развитие личности при этом совершается за счет динамичного поступления в интеллектуальную сферу человека разнообразных информационных пластов.

Без усилий, а зачастую и без желания современный житель урбанизированной части планеты автоматически включается в поток льющейся на него информации: из динамиков радиоприемника, с экрана телевизора, компьютера, рекламных таблоидов — список можно продолжать до бесконечности. Чем больше личность поглощает готовых интеллектуальных

форм, тем меньше остается у нее внутреннего резерва для переосмысления, реформирования полученной информации и деятельной отдачи во внешний мир. Происходит стандартизация личных вкусов, мнений, убеждений и, как следствие, размывание сугубо личностного пространства человека — не за счет расширения его социальных ролей и форм дружеского общения, а под давлением технократической стороны информационной культуры. Тотальная рационализация несовместима с «чистым», благожелательно дружеским общением и заинтересованностью человека в личности другого индивида, но предполагает сотрудничество людей на базе общих профессиональных, потребительских, научных и технических интересов. Непрестанно преобразовывая природную, социальную и культурно-информационную среду обитания, человечество тем самым обрекает себя на пожизненную «гонку», необходимость подстраиваться под созданную им реальность.

Надо сказать, что нравственная составляющая человеческой личности в эпоху глобальной информатизации имеет как нельзя большее значение, поскольку по мере умножения способов и методов информационно-психологического воздействия на граждан возрастает роль личной ответственности человека, способности его к самоограничению и нравственному самоконтролю. Современная система образования непременно будет призвана учитывать вопросы этического воспитания нового, «информационного», поколения. Осуществить данную образовательную задачу по формированию гармоничной, многоплановой личности можно, только опираясь на весь монолит предшествующей и настоящей культуры человечества, немаловажным компонентом которой выступает как раз информационная культура (в ее гуманистическом, социальном аспекте).

С самого рождения большинство людей испытывают на себе непрерывные звуковые (шумовые) воздействия разного рода — от тиканья часов до рева самолетов и гула большого города. Человек привык по мере возможности не замечать их, психологически отстраняться в процессе своей

жизнедеятельности. Важным условием для адаптации при этом является не столько интенсивность звука, сколько его регулярность, повторяемость. Последнее часто бывает просто невыносимо.

В последние годы обычным явлением стали так называемые информационные перегрузки — новая «болезнь» информационного общества. Человеку в настоящее время доступна практически любая информация в неограниченном объеме. Он отправляет и получает электронную почту, загружает в память компьютера картины, звукозаписи, наконец, может практически одновременно связываться с любым числом пользователей для обмена информацией. Однако вопрос заключается в том, насколько необходим человеку такой объем информации, может ли он его целиком усвоить и в дальнейшем использовать. Однозначного ответа на данный вопрос пока нет, но его постановка представляется вполне актуальной, особенно если речь идет об образовании подрастающего поколения.

Обилие информационных потоков, знако-символьная архитектура бытия современного человека (жителя мегаполиса, в первую очередь) неизбежно приводит к «дублиажу» или, наоборот, разрозненности сведений; перенасыщение каналов восприятия диктует неспособность индивидуального сознания справиться с массивами поступающей информации. Иначе говоря, главной причиной информационного шума выступает излишек информации, особенно если последняя не затребована. Данное явление не так уж безобидно, как может показаться на первый взгляд, поскольку лишняя, «фоновая», информация, отвлекая внимание человека от поставленных целей, способствует истощению его интеллектуальных сил, повышает энергетические затраты.

В связи с этим нельзя не отметить роли **рекламных кампаний** в данном процессе. Используя все возможные средства и приемы, нащупывая слабые места в «глухой обороне» здравого смысла, они добиваются одного: спроса, вне зависимости от внутренней потребности. Естественно, помимо «захламления» нашего сознания реклама в определенной степени выполняет функцию

информативную, определяет подчас выбор того или иного решения индивида (граница между информированием и навязыванием, однако, чрезвычайно тонка). Надо сказать, что соотношение рекламных информационных продуктов в области теле- и радиовещания неоднократно подсчитывалось, вместе с тем нет обобщающих данных о том, какую долю информационного фона в общем объеме информационной насыщенности человека и всего общества они составляют. Тем более открытым остается вопрос о способах и формах компенсации данных тех или иных «шумовых» информационных атак.

Ближайшая родственница рекламы, занимающая почетное место в семействе информационных шумовых воздействий, — это **пропаганда**. Прежде всего, имеется в виду политическая пропаганда, направленная на восхваление властных структур, ключевых партий и идей. Испеченная закулисная «сдоба», пропитанная патокой и украшенная глазурью, имеет мало отношения к информации как к таковой — не сообщает потребителю ничего нового и некачественно отражает действительность. Особенно сильным информационный шум от пропаганды становится накануне всеобщих или региональных выборов.

Спасти от него можно только одним способом — полностью заблокировать каналы средств массовой информации. Однако сделать это трудно, хотя бы по той простой причине, что человеку требуется объективная информация о происходящих в стране и мире событиях. Отделить одно от другого в процессе передачи чаще всего оказывается весьма трудно. Впрочем, устраивать себе передышку от масс-медиа всегда имеет смысл и в любое время, так как именно они являются главным источником информационного «зашумления» сознания человека.

По мере продвижения информационных инноваций часто приходится слышать нелицеприятную и, в общем, во многом справедливую оценку феномена глобальной сети. **Всемирная паутина** — гениальный прорыв и сокровищница человеческой мысли, знаний и информации. Но она же, по

мнению многих, — грандиозная «помойка», хранящая в своих недрах «тюки» бесполезной информации вкупе с залежами весьма ценных вещей. Ресурсы Сети наполняются разнородной информацией, предлагая как профильные сведения, так и дополнительные, носящие рекламный характер. Конечно, включая в себя по большей части не финансируемые государством объекты, глобальная информационная сеть не может функционировать исключительно за счет энтузиастов.

Другое дело — «бомбежка» пользователей электронной почты, так называемым, **спамом**, являющимся в чистом виде информационным шумом. Например, на сайт Русского гуманитарного интернет-университета на официальную почту ежедневно приходит от 600 до 1000 писем спам. Чтобы просматривать и отсеивать их, требуется немало времени и средств. Несмотря на то, что многие почтовые сервисы имеют настройки для автоматического отсеивания подобных писем, статистика их поступления достаточно высока. Вынужденная реакция на присланный материал (обусловленная опасением пропустить действительно важные и ожидаемые сведения) влечет за собой, как уже отмечалось, ощутимую потерю времени и сил. Направленная же борьба со спам-технологиями требует значительных капиталовложений, а самое главное, разработки новых методических приемов распознавания нужной и ненужной для каждого отдельного человека.

Еще одним фактором создания информационного шумового фона выступает критерий полезности информации, понимаемый неодинаково. Бывает так, что информация, предназначенная для одного круга лиц, действительно в ней заинтересованных, волей-неволей «мозолит» глаза другим пользователям сетей. Обычно большая часть «всплывающих» попутно данных отбрасывается сразу, но какое-то их количество все-таки «застревает» в голове человека в его информационном пространстве и в качестве мертвого груза хранится в памяти еще долгое время, пока не сотрется другими

информационными напластованиями, нередко таким же информационным шумом.

В информационных процессах пока что не считают шум большой проблемой и в результате практически не уделяют этому должного внимания. Иногда только пишут о засилье рекламы или хаоса Интернета, но этого мало. Больше об этом говорят сами средства массовой информации. Ученые в области социальной информатики пока что совсем не исследуют данную проблему.

4.Подведение итогов урока. Рефлексия.

Что нового вы узнали? (определения). Назовите примеры информационного шума. Где вы можете применить полученные знания?

Лекция № 3 «Социальные сервисы. Социальные поисковые системы и народные классификаторы»

Цели урока:

- **Образовательная** – сформировать понятия о социальных поисковых системах и народных классификаторах
- **Развивающая** – продолжить развитие познавательных психических и эмоционально-волевых процессов: внимание, память, воображение.
- **Воспитательная** – внимательность, аккуратность, интерес к предмету.

Тип урока: урок формирования новых знаний и умений.

Оборудование урока:

- компьютеры с ОС MS Windows;
- проектор;
- экран (интерактивная доска);
- презентация;

Основные понятия:

- социальный сетевой сервис;
- социальные поисковые системы;

- народные классификаторы.

План урока:

1. Организационный момент (5минут)
2. .Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся(5минут).
3. Изучение нового материала(15минут).
4. Лабораторная работа «Социальная поисковая система «Google»
5. Подведение итогов урока. Рефлексия.

Ход урока

1. Организационный момент.

Приветствие обучающихся.

2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся.

- информационная культура;
- информационный шум.

3.Изучение нового материала.

Социальный сетевой сервис — виртуальная площадка, связывающая людей в сетевые сообщества с помощью программного обеспечения, компьютеров, объединенных в сеть (Интернет) и сети документов (Всемирной паутины).

Сетевые социальные сервисы в настоящее время стали основным средством:

- общения;
- поддержки и развития социальных контактов;
- совместного поиска, хранения, редактирования и классификации информации;
- обмена медиаданными;
- творческой деятельности сетевого характера;
- выполнения множества других задач, таких как: индивидуальное и коллективное планирование (расписание,встречи), подкасты (аудиопотоки), когнитивные карты.

Веб 1.0 и первое поколение сетевых сервисов

Веб 1.0, порядковый номер которому был присвоен уже после возникновения Веб 2.0, представлял собой хранилище разноплановой информации, пополнение и редактирование которой было сложным и трудоемким, недоступным для изменения «обычными» пользователями, поэтому выполнялось отдельными «привилегированными» людьми или программными агентами.

Веб 1.0 имел некоторую линейность, так как, несмотря на использование гипертекста, структура перекрестных ссылок со страницы на страницу и с сайта на сайт создавалась вручную и зачастую только с целью навигации и поисковой оптимизации.

Однако Веб 1.0 имел средства для общения, такие как ICQ, электронная почта, чаты, форумы, гостевые книги и др. Эти средства продолжили успешное существование и в современном интернете наряду с новыми сервисами.

И важная особенность Веб 1.0 заключается в том, что он не мог быть ориентирован на каждого уникального пользователя, как печатное издание, каждый сайт имел ограниченную целевую аудиторию.

Понятие сетевых социальных сервисов

Web 2.0 (определение Тима О'Рейли) — методика проектирования систем, которые путем учета сетевых взаимодействий, становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются. Особенностью Веб 2.0. является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке контента.

В современном киберпространстве преобладает концепция освоения паутины с помощью социальных сетевых сервисов.

Сетевое сообщество — это группа людей, поддерживающих общение и ведущих совместную деятельность при помощи компьютерных сетевых средств. Благодаря сетевым связям самопроизвольно формируются новые социальные объединения. Сообщества такого рода не могут быть специально спроектированы, организованы или созданы в приказном порядке.

Виды социальных сетевых сервисов

Социальные поисковые системы позволяют осуществлять поиск в соответствии с потребностями пользователя или группы. В настоящее время в Рунете существует несколько систем пользовательского поиска:

1. Свики — <http://www.swicki.com/>
2. Гугл — <http://www.google.com/coop/>
3. Роллио — <http://rollyo.com/>

Народные классификаторы позволяют пользователям хранить свои коллекции закладок на веб-страницы. В России известны такие классификаторы как Делишес и Diigo.

Частная сетевая коллекция ссылок на веб-страницы является частью групповой коллекции, которую собирают все участники сети пользователей. Как только человек добавляет к записи ярлыки, он получает возможность использовать эти ярлыки при поиске внутри своих собственных закладок и внутри закладок других пользователей этого сервиса. Такая обратная связь приводит к коммуникации между пользователями посредством метаданных.

Таким образом, использование социальных поисковых систем и народных классификаторов позволяет решить проблему защиты пользователей от нерелевантной информации, которую они могут получить, направляя запросы в поисковые машины «общего пользования».

4. Лабораторная работа №1 «Социальная поисковая система «Google» (Приложение №1)

5. Подведение итогов урока. Рефлексия.

Что нового вы узнали? (определения). Назовите примеры социальных поисковых систем, которыми вы пользуетесь. Где вы можете применить полученные знания?

Лекция №4 «Социальные сети»

Цели урока:

- **Образовательная** – сформировать понятие о социальных сетях
- **Развивающая** – продолжить развитие познавательных психических и эмоционально-волевых процессов: внимание, память, воображение.
- **Воспитательная** – внимательность, аккуратность, интерес к предмету.

Тип урока: урок формирования новых знаний и умений.

Оборудование урока:

- компьютеры с ОС MS Windows;
- проектор;
- экран (интерактивная доска);
- презентация;

Основные понятия:

- Социальные сети

План урока:

1. Организационный момент (5минут).
2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся(5минут).
3. Изучение нового материала(25минут).
4. Подведение итогов урока. Рефлексия(5минут).

Ход урока

1. Организационный момент.

Приветствие обучающихся.

2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся.

- социальный сетевой сервис;
- социальные поисковые системы;
- народные классификаторы.

3.Изучение нового материала.

Социальные сети

Социальная сеть (от англ. social networking service) — платформа, онлайн сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений.

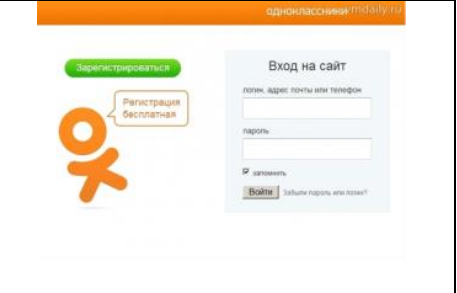
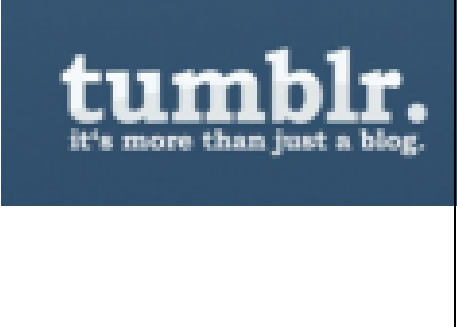
Социальная сеть направлена на построение сообществ в Интернете из людей со схожими интересами и/или деятельностью. Связь осуществляется посредством сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями.

Обычно на сайте сети возможно указать информацию о себе (дату рождения, школу, вуз, любимые занятия и другое), по которой учётную запись пользователя смогут найти другие участники. Различаются открытые и закрытые социальные сети. Одна из обычных черт социальных сетей — система «друзей» и «групп».

Победное шествие по Интернету социальные сети начали в 1995 году с американского портала Classmates.com («Одноклассники» являются его русским аналогом). Проект оказался весьма успешным, что в следующие несколько лет спровоцировало появление не одного десятка аналогичных сервисов. Но официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003—2004 годы, когда были запущены LinkedIn, MySpace и Facebook.

И если LinkedIn создавалась с целью установления/поддержания деловых контактов, то владельцы MySpace и Facebook сделали ставку в первую очередь на удовлетворение человеческой потребности в самовыражении. Ведь, в соответствии с пирамидой Маслоу, именно самовыражение является высшей потребностью человека, опережая даже признание и общение. Социальные сети стали своего рода Интернет-пристанищем, где каждый может найти техническую и социальную базу для создания своего виртуального «Я». При этом каждый пользователь получил возможность не просто общаться и творить, но и делиться плодами своего творчества с многомиллионной аудиторией той или иной социальной сети.

Таблица 2- Рейтинг социальных сетей на 2016 год

Место	Автор, год создания	Логотип
10 место. MySpace	Сайт был создан в 2003 году Крисом ДеВульфом. Данной социальной сетью пользуется около 42 млн человек.	
9 место. ВКонтакте	Эту социальную сеть Павел Дуров создавал с той целью, чтобы ученики и выпускники могли общаться друг с другом. Но позже сайт был признан “Самым быстрым и удобным”. В этой социальной сети зарегистрировано около 70 млн пользователей.	
8 место. Одноклассники	В сутки этот сайт посещает около 44 миллионов пользователей, а вообще зарегистрировано приблизительно 100 млн. Создал его Альберт Попков, и изначально являлся просто хобби создателя, но когда сайт начал набирать популярность – стал работой.	
7 место. Instagram	Эта социальная сеть очень по нраву многим пользователям интернета. Ежедневно в нее вливается миллионы фотографий и “селфи” со всего мира. Создали этот сайт на пару Майк Кригер и Кевин Систр. Количество зарегистрированных составляет порядка 110 млн человек.	
6 место. Tumblr	Изобретена данная сеть в 2007 году Дэвидом Карпом. Ежемесячно сайт посещается более чем 110 млн человек. К сожалению, этот сайт не пользуется большой популярностью среди стран постсоветского пространства.	
5 место. Google Plus +	Создана в 2011 году, эта социальная сеть по праву занимает пятое место, так как в месяц количество ее посещений составляет около 120 млн человек.	

4 место. Linkedin	Сеть создана в 2002 году, очень популярна на территории России, Украины и Белоруссии. Создателем ее является Руди Хоффман, а посещаемость сайта составляет около 225 млн человек за месяц.	
3 место. Pinterest	Эта сеть начала набирать популярность еще с 2010 года, когда ее изобрел Бен Зильберман. На данный момент посещаемость социальной сети Pinterest около 250 млн человек в месяц.	
2 место. Twitter	Несмотря на то, что эта социальная сеть считается достаточно молодой, создана в 2006 году, она с гордостью располагается на втором месте, так как посещаемость сайта ежемесячно достигает 350 млн человек. К ее изобретению приложили руки Биз Стоун и Джек Дорси. Целью создания этой сети было размещение новостей и действий.	
1 место. Facebook	На сегодня в социальной сети Facebook зарегистрировано более 900 млн человек. Она по праву находится на первом месте. Сеть была изобретена Марком Цукербергом в 2004 году. Изначально сайт был доступен только студентам Гарварда, коим был и сам Марк. С 2006 года доступ к сети открылся всему миру.	

Геосоциальные сети позволяют налаживать социальные связи на основании физического положения пользователя. При этом используются различные инструменты геолокации, например GPS, которые дают возможность определить нынешнее местоположение пользователя, а также создавать профайлы мест, которые пользователи посещают.

Профессиональные социальные сети создаются для общения на профессиональные темы, обмена опытом и информацией, поиска и предложения вакансий, развития деловых связей. Примеры: Доктор на работе, Профессионалы.ру, LinkedIn, MarketingPeople.

Возрастные и гендерные социальные сети создаются для общения пользователей определенной гендерной или возрастной принадлежности. Например, социальные сети для детей, подростков, девушек.

Сервисные социальные сети позволяют пользователям объединяться в онлайн режиме вокруг общих для них интересов, увлечений или по различным поводам. Например, некоторые сайты предоставляют сервисы, с помощью которых пользователи могут размещать для общего доступа персональную информацию, необходимую для поиска партнеров. Примеры: LinkedIn, ВКонтакте.

Коммерческие социальные сети ориентированы на поддержку бизнес-транзакций и формирование доверия людей к брендам на основе учёта их мнений о продукте, о том, как сделать его лучше, тем самым позволяя потребителям участвовать в продвижении продукта и расширяя их осведомленность.

Реклама

Для рекламодателей социальные сети предоставляют уникальные возможности непосредственного контакта с потребителями. Ежедневно миллионы пользователей ведут беседы о компаниях, их товарах и услугах, делясь своим мнением и впечатлениями. В результате отдельно взятый участник сетевого сообщества может испортить (или наоборот улучшить) репутацию компании с многомиллионным оборотом.

В настоящее время наибольший интерес к социальным сетям проявляют компании таких секторов, как потребительские товары, производители спиртных напитков, автопроизводители, компании индустрии развлечений.

Каждая социальная сеть использует различные способы для привлечения рекламодателей. Сами рекламодатели также активно ищут новые методы для продвижения своих компаний. Все это приводит к тому, что в 2017 году объем рынка социальной рекламы существенно увеличится. Насколько – покажет время, но пока никаких признаков спада не наблюдается. Одним из самых заметных трендов следующего года будет нативная реклама. Пользователи социальных сетей уже не так хорошо реагируют на традиционные баннеры и объявления, поэтому рекламодатели ищут новые форматы коммуникации. И нативная реклама как нельзя подходит для продвижения бренда, главным образом потому, что она не выглядит как реклама. Рекламные сообщения органично вплетены в контент и у пользователя не возникает «баннерной слепоты». Эффект от нативной рекламы примерно на 25% выше если сравнивать этот способ с другими маркетинговыми методами.

Опасности

Многие люди не понимают, что информация, размещенная ими в социальных сетях, может быть найдена и использована кем угодно, в том числе не обязательно с благими намерениями. Информацию об участниках социальных сетей могут найти их работодатели, родители, дети, бывшие или настоящие жены или мужья, сборщики долгов, преступники, правоохранительные органы и так далее.

Например, известен случай, когда преступница искала внешне похожих на себя женщин, убивала их и продавала их квартиры.

Судебные приставы иногда используют социальные сети, чтобы найти неплательщиков или получить сведения об их имуществе.

Известен случай проявления психосоматических расстройств на почве зависимости от общения в социальных сетях. В Белграде пользователь Светлана Павлович (Svetlana Pavlović) попала в психиатрическую клинику после того, как её заметка в социальной сети Facebook не вызвала интереса

среди её друзей. Врачи клиники назвали этот случай «синдром Светланы», объясняя поведение пациентки как обычный стресс от неудовлетворенности социальной потребности индивидуума в современном мире.

Мошеннические сайты предлагают всего лишь отправить SMS сообщение на указанный ими номер и все ваши потаенные желания о закрытых знаниях будут удовлетворены. При этом отправитель и не подозревает, что сумма, списанная с его счета за информационную услугу, может намного превысить указанную на сайте, а факт и качество исполнения заказанной услуги весьма сомнителен.

В ту же паутину пользователь может попасть, отправив SMS для получения результатов какого-нибудь теста или кода доступа к скачиванию игры, книги или фильма. Стоимость SMS накручивается благодаря немалым и многочисленным комиссиям от посредников, что стоят на пути от сайта высылающего заказанную информацию до вашего мобильного телефона.

Переходя на веб-страницу с предложением выслать SMS на короткий номер, убедитесь в надежности этого источника. Сведения об указанном номере и веб-сайте можно найти через поисковые сервисы вроде Google или Yandex. Многие операторы сотовой связи предлагают услугу определения точной суммы, которая будет снята за отправленное SMS сообщение. Подробности об этом узнавайте в сервис-центре своего оператора.

Нередко мошенники очень умело организуют вид подложной страницы под один из сервисов социальных сетей. Таким образом, у пользователей не возникает сомнений к мошенническому ресурсу. Зачастую такие рекламные предложения могут появляться в доверенных социальных группах или от имени взломанных аккаунтов.

В глобальной сети уже достаточно давно прогрессирует хорошо продуманный вид мошенничества, целью которого является завладение вашей учетной записью для того чтобы похитить Вашу контактную и социальную информацию или управлять аккаунтом для подачи информации от Вашего

имени. Этот вид хакерской атаки называется фишингом и состоит в том, чтобы подsunуть ничего не подозревающему пользователю подложную веб-страницу с формой для ввода логина и пароля. После передачи данных пользователь может перейти уже к настоящей странице социальной сети, вот только вся секретная информация уже будет отправлена злоумышленнику.

Схема подлога достаточно проста. На почту или мессенджер пользователя приходит сообщение с предложением завести дружбу в социальной сети, скачать интересную игру, послушать музыку, посмотреть новый видеоролик. При этом хорошо замаскированная ссылка, указывающая на ресурс, ведет к точной копии страницы какой-нибудь социальной сети. Все это может быть закамouflировано настолько профессионально, что пользователь даже не догадается об обмане и сам передаст мошеннику все свои данные.

Любая схема мошенничества основывается на доверии. В социальных сетях такой вид преступления для злоумышленников имеет наиболее благодатную почву. Представьте, что от Вашего хорошего друга или родственника приходит сообщение с просьбой одолжить немного электронных денег, скачать новую программу или перейти по отправленной ссылке. При этом если Ваш приятель стал жертвой злоумышленников, похитивших его данные от учетной записи, то выполнив такую просьбу Вы можете, либо навсегда лишиться отправленных денег, либо заразить свою систему вирусом от закачанного контента. Конкретный вид ущерба зависит от цели, с которой мошенники решат связаться с Вами. Такая преступная схема становится все более популярной в социальных сетях, ведь только здесь можно получить полный доступ к базе лиц с доверительными отношениями.

В качестве примера, перечислим некоторые способы, которые злоумышленники используют:

- 1) Отслеживая переписку подростков, маньяк/педофил может точно определить: когда и где будет подросток вечером;

2) Профессиональный вор может зарегистрировать страницу от имени ребенка и вступить в переписку с юным интернет-пользователем. Естественно никто не заподозрит неладного, родители ребенка, даже если и контролируют друзей по переписке своего чадо, то в редких случаях контролируют саму переписку. А именно в онлайн-общении злоумышленник выпытывает у ребенка информацию о семье, о том куда и когда они собираются уехать. Таким образом ребенок автоматически превращается в наводчика на собственную квартиру.

3) Похищение детей с целью выкупа. В интернете дети часто хвастаются кем работают их родители, публикуют фотографии о новых дорогих покупках и автоматически становятся потенциальными целями злоумышленников. Работая по аналогичной схеме, вычисляя маршрут передвижения детей, частоту посещений определенных мест и в самый неожиданный момент совершают похищение.

4) Мошенничество. Зная номер Вашего мобильного телефона, Вам могут позвонить с неопределяемого номера и представиться сотрудником мобильного оператора или банка. Объяснят Вам, что у них возникли проблемы с Вашим номером или счетом и им необходимо получить от Вас личную информацию: номер паспорта, девичья фамилия матери, секретное слово пароль и т.п. Безусловно, ничего не подозревая вы эту информацию предоставите, а через время узнаете, что с Вашего персонального банковского счета пропали деньги.

Некоторые работодатели запрещают пользоваться социальными сетями — не только ради экономии, но и чтобы воспрепятствовать утечке информации. С овладением социальными сетями связан ряд компетенций в приказах об утверждении ФГОС (3-го поколения).

Приложения

Социальное программное обеспечение — это широкий диапазон программных систем, позволяющих пользователям взаимодействовать и обмениваться данными. Этот способ компьютерно-опосредованного

взаимодействия стал популярным с появлением таких социальных сайтов, как MySpace, Facebook, Одноклассники.ru, медиасайтов Flickr и YouTube, коммерческих сайтов eBay.

Внутри социального ПО можно выделить две группы программных инструментов: коммуникационные и интерактивные.

Коммуникационные инструменты применяются для записи, хранения и представления коммуникационных данных, чаще всего в текстовом виде, но все больше в аудио- и видеоформатах.

Можно назвать следующие примеры программных систем, которые относятся к социальному ПО:

1. Средства мгновенного обмена сообщениями (IM — англ. Instant messaging) позволяют общаться с другим пользователем через сеть в режиме реального времени (в относительно защищенном режиме). К наиболее популярным из них можно отнести Skype, ICQ, Yahoo! Messenger, Windows Live Messenger (бывший MSN Messenger), AOL Instant Messenger, Miranda IM, Mail.Ru Агент (в России). К системам, ориентированным на бизнес, можно отнести IBM Lotus Sametime, Windows Live Messenger и Jabber.

2. Чаты (IRC — англ. Internet Relay Chat) позволяют одновременно нескольким пользователям общаться в режиме реального времени.

3. Веб-форумы пришли на смену электронным конференциям (возникшим до появления WWW). Пользователь форума может создавать новую «тему», доступную для других. Другие пользователи могут просматривать тему и оставлять свои комментарии в режиме последовательной записи.

4. Веб-блоги (англ. web blogs), или кратко блоги, можно рассматривать как личные онлайн-журналы отдельных пользователей. Владелец блога может размещать сообщения в своем журнале, в то время как другие пользователи (читатели) могут оставлять к ним свои комментарии.

5. Вики-справочники (англ. wiki), или просто вики, — по-сути, веб-сайты, содержимое которых может редактироваться посетителями сайта. Наиболее известный пример - Википедия.

4.Подведение итогов урока. Рефлексия.

Что нового вы узнали? (определения). Назовите примеры социальных сетей, которыми вы пользуетесь. Где вы можете применить полученные знания? Как избежать опасности в социальных сетях?

Лекция №5 «Блоги»

Цели урока:

- **Образовательная** – сформировать понятие о блогах.
- **Развивающая** – продолжить развитие познавательных психических и эмоционально-волевых процессов: внимание, память, воображение.
- **Воспитательная** – внимательность, аккуратность, интерес к предмету.

Тип урока: урок формирования новых знаний и умений.

Оборудование урока:

- компьютеры с ОС MS Windows;
- проектор;
- экран (интерактивная доска);
- презентация;

Основные понятия:

- что такое «Блог», «блоггеры»?

План урока:

1. Организационный момент(2 минуты).
2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся(5минут).
3. Изучение нового материала(15минут).
4. Лабораторная работа №4 «Создание и ведение блога» (15минут)
5. Подведение итогов урока. Рефлексия (3минуты).

Ход урока

1. Организационный момент.

Приветствие обучающихся.

2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся.

- социальные сети.

3. Изучение нового материала.

Блог (англ. blog, от «web log», «сетевой журнал или дневник событий») — это веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в отзывах к блог-записи или своих блогах).

Для блогов характерна возможность публикации отзывов (комментариев, «комментов») посетителями. Она делает блоги средой сетевого общения, имеющей ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей, веб-форумами и чатами.

Под **блогами** также понимаются персональные сайты, которые состоят в основном из личных записей владельца блога и комментариев пользователей к этим записям.

Первым блогом считается страница Тима Бернерса-Ли, где он, начиная с 1992 г., публиковал новости. Более широкое распространение блоги получили с 1996 г. В августе 1999 г. компьютерная компания Pyra Labs из Сан-Франциско открыла сайт Blogger.com, который стал первой бесплатной блогговой службой.

В настоящее время особенность блогов заключается не только в структуре записей, но и в простоте добавления новых записей. Пользователь просто обращается к веб-серверу, проходит процесс идентификации пользователя, после чего он добавляет новую запись к своей коллекции. Сервер представляет информацию как последовательность сообщений, помещая в самом верху

самые свежие сообщения. Структура коллекции напоминает привычную последовательную структуру дневника или журнала.

Блоггерами (блогерами) называют людей, ведущих блог. Совокупность всех блогов Сети принято называть *блогосферой*. По авторскому составу блоги могут быть личными, групповыми (корпоративными, клубными...) или общественными (открытыми). По содержанию — тематическими или общими.

Мотивация участия и функции блогов

Следует учитывать, что чтение блогов и авторство — два разных по содержанию процесса. Люди, пользующиеся коммуникативными возможностями блогов вне контекста ведения собственного блога, отмечают возможности общения с людьми, с которыми они не имеют возможности общаться непосредственно, например, с друзьями, живущими в других городах. Альтернативная экономика сообщений, действующая в блогах, делает такую форму общения наиболее удобной, так как она не предполагает обязательной взаимности и других ограничений общения «один на один».

Евгений Горный в своей статье выделяет, помимо поддержания контакта с близкими, следующие цели, которые может преследовать читатель блогов:

- получение информации;
- чтение-развлечение;
- отслеживание реакции публики на те или иные действия (в самом деле, блоги представляют собой готовую огромную фокус-группу);
- чтение ради социализации, ощущения себя причастным к жизни известных людей.

В ходе опроса блогеров Живого журнала, проведённого в 2009 году, были выделены следующие функции блогов.

Коммуникативная функция

Коммуникативная функция упоминается чаще всего. Большинство блогеров говорят, что ведут или читают блоги ради общения с интересными им людьми. В первую очередь это возможность сказать что-то один раз так, чтобы

это слышали многие. Какой смысл рассказывать десяти, двадцати, тридцати знакомым о поездке в пригородный парк, если это можно описать в своём блоге, украсив запись фотографиями? Каждый прочтёт об этом в удобное ему время или не будет читать вовсе, решив, что это ему неинтересно. («Иногда хочется ночами поговорить, а все спят. Тогда можно написать в Живой журнал и потом прочитают»). Впрочем, такая ситуация порождает встречную проблему, когда двум встретившимся «в реале» блогерам, если они не обладают должной фантазией, бывает не о чем поговорить.

Функция самопрезентации

Несколько респондентов отмечали, что изначально задумывали создать персональную страничку (сайт в Интернете), но позже, узнав о том, насколько легко вести блог, предпочли эту форму изложения информации о себе. Существует класс блогов, предназначенных для публикации и обсуждения произведений автора (прозы, стихов, фотографий, рисунков), однако и обычный дневник несёт информацию о личности автора. «Веду дневник, чтобы меня читали», — могут сказать многие блогеры.

Функция развлечения

Многие люди предпочитают ведение блога, чтение блогов и дискуссии в комментариях в качестве развлекательного времяпрепровождения, особенно, если они по каким-либо причинам ограничены в других средствах развлечения, кроме интернета, и имеют довольно много свободного времени, которое надо тратить, например, молодые матери составляют заметную часть сообщества блогеров — им всегда есть о чём написать в свой блог, у них много вопросов, с которыми они могут обратиться к другим и т. д. Блоги представляют собой неисчерпаемый источник развлекательного чтения.

Функция сплочения и удержания социальных связей

Как уже упоминалось, сообщество Livejournal объединяет десятки тысяч русскоязычных пользователей, среди которых многие найдут людей, с которыми они были когда-то знакомы. Блоги, выполняя функции социальных сетей,

позволяют поддерживать прервавшиеся в реальной жизни социальные связи и лучше узнавать своих знакомых.

Функция мемуаров

Как и традиционный бумажный дневник, блог, помимо новых функций, может осознаваться и как несущий функцию мемуаров, места для каких-то записей, которые могут пригодиться в будущем, способом не забыть о подробностях тех или иных событий своей жизни. Пользующиеся этой функцией респонденты полагают, что ведут дневник для себя, для того чтобы потом читать, для того чтобы записывать что-то, что хочется помнить. И подумать об этом позже. Авторы создают нечто вроде отложенной коммуникации с самим собой.

Функция саморазвития, или рефлексии

Эта функция связана с тем, что блог предоставляет возможность участникам создать образ иного Я, возможно, такого, к которому автор стремится. («Я начинал журнал как упражнение в открытости и спонтанности»). Некоторые отмечают, что публичность дневника вынуждает их продолжать его вести, а также заставляет учиться более грамотно структурировать свои мысли, что помогает им и самим лучше понять переживаемые события («При изложении своей проблемы или идеи в письменном виде становится легче анализировать ситуацию»).

Психотерапевтическая функция

Встречаются также упоминания о психотерапевтической функции блога, которая либо предполагалась заранее, либо была осознана в процессе ведения записей — «выплеснуть эмоции», «изложить наболевшее», «для успокоения нервов, в конце концов». Данная функция традиционного дневника, ведущегося в укромной тетрадке, неоднократно упоминается различными авторами и, по всей видимости, приобрела новую форму и новые возможности, как способ пожаловаться на жизнь множеству людей сразу и получить в ответ успокоительные «поглаживания». Если рассмотреть содержание регулярных

диалогов в сообществе пользователей livejournal «ru_psychology», и не только там, то такого рода транзакции являются одной из наиболее популярных форм общения: один «клиент» жалуется на жизнь, а другие «клиенты» его утешают.

Продвижение товаров и услуг

С помощью блогов можно отслеживать то, что говорит множество людей о вашем рынке, организации, товарах. Принимать непосредственное участие в обсуждении, размещая комментарии в блогах других людей. Можно сотрудничать с блогерами, пишущими на схожие темы, и наконец, оказывать непосредственное влияние на обсуждение через собственный блог.

Разновидности блогов

По авторскому составу блоги могут быть личными, групповыми (корпоративными, клубными), общественными (открытыми).

По содержанию — тематическими или общими.

По размещению — сетевыми (на службе блогов) и автономными (на самостоятельной системе управления содержимым и самостоятельном хостинге).

По авторству

1. Личный (персональный, авторский, частный) блог — ведётся одним лицом (как правило, его владельцем).
2. Коллективный или социальный блог — ведётся группой лиц по правилам, определяемым владельцем и модераторами.
3. Корпоративный блог — ведётся сотрудниками одной организации.

По тематической направленности

Обычно персональные блоги носят личный характер. Однако в среде персональных, так же, как и в среде коллективных и корпоративных блогов, существуют специализированные блоги, посвящённые определенным сферам жизни:

- политика - блоги, посвященные политике. Обычно политические блоги ведут политические лидеры, представители политических партий и политических объединений, политологи;
- blog.kremlin.ru — видеоблог президента РФ Дмитрия Медведева;
- быт-блоги, в которых затрагиваются обычно вопросы взаимоотношений между людьми, психологии, ведения домашнего хозяйства - всего того, что связано с понятиями «быт», «личная жизнь»;
- путешествия — блоги, в которых авторы делятся своими впечатлениями от поездок, дают советы, как вести себя в той или иной стране, рассказывают про традиции и обычаи других народов;
- образование — блоги, посвященные теме образования. Часто это блоги определенных учебных заведений, в которых участники обсуждают процесс обучения и другие темы в образовании;
- мода — блоги, в которых обсуждаются новинки в мире моды, тренды, модные показы. Здесь можно прочесть мнения профессионалов, советы стилистов и людей, равнодушных к моде;
- музыка — блоги, в которых авторы выражают свои музыкальные предпочтения, обсуждают новинки в мире музыки. Музыкальные блоги могут быть посвящены определенному музыкальному направлению, а могут освещать различные музыкальные жанры и стили;
- информационно-аналитический - блоги, содержащие актуальные материалы и анализирующие эти материалы;
- спорт — блоги, посвященные освещению спортивных событий и смежных с ними тем.

По наличию/виду мультимедиа

1. Текстовый блог — основное содержание составляют тексты.
2. Фотоблог — основное содержание составляют фотографии.
3. Артблог — основное содержание составляют рисунки автора блога.

4. Музыкальный блог — основное содержание составляет музыка.
5. Подкаст и блогкастинг — основное содержание блога надиктовывается и выкладывается в виде MP3-файлов.
6. Videоблог — основное содержание представлено в виде видеофайлов.

По особенностям контента

1. Контентный блог - блог, публикующий первичный авторский контент.
2. Мониторинговый (ссылочный) блог - блог, основным контентом которого являются откомментированные ссылки на другие сайты.
3. Цитатный блог - блог, основным контентом которого являются цитаты из других блогов.
4. Тамблелог, Тамбллог, Тлог — Почти то же самое, что и обычный блог, с одним отличием: запись в блоге может быть только определённого формата. Например, цитата, видео, ссылка, песня, разговор и так далее). Тамблелог — скорее не система типа дневника, а черновик или записная книжка.
5. Сплот — спам-блог.
6. Dofollow блоги (см. Nofollow, Noindex)

По технической основе

Автономный блог — блог на отдельном хостинге и системе управления содержимым.

Блог на блог-платформе — блог, ведущийся на мощностях блог-службы (Живой Журнал, LiveInternet.ru, Blogger и др.).

Географическое размещение блога

При выборе страны-поставщика услуг хостинга для блога главное — это то, что его содержание подпадает под законодательство той страны, на базе которой он размещён. Однако сами действия блогера — совершение

постинга — подпадают под законодательство страны, где он находится в момент совершения этих действий.

Наиболее распространенными обвинениями против блогеров или активных посетителей форумов являются клевета, пропаганда экстремизма и разжигание вражды на расовой, межнациональной или религиозной почве. Это случается нередко — Интернет давно стал трибуной для выражения собственных взглядов. Но ход судебных процессов, зачастую спорных, во многом зависит от сегодняшней законодательной неопределённости вопроса.

В ряде стран (самый яркий пример — США) блоги приравниваются к средствам массовой информации со всеми вытекающими последствиями — соответствующими полномочиями и ответственностью блогеров. В современных условиях это вполне закономерно, поскольку популярный, регулярно обновляемый событийный или тематический онлайн-дневник справедливо считать средством массовой информации, или, скорее, коммуникации. Однако претендовать на это может далеко не каждый блог, и лишь небольшое число активных блогеров можно в полной мере считать журналистами. Кроме того, своего рода интернет-аналогом журнала является автономно существующий авторский ресурс, но не персональный дневник, размещённый на блог-сервисе.

В России, судя по количеству процессов над блогерами, власти определились: высказывания на веб-просторах приравниваются к публичным заявлениям согласно статье 282 Уголовного кодекса РФ — «возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства по признакам национальности, религии, а равно принадлежности к какой-либо социальной группе, совершённые публично или с использованием средств массовой информации».

Впервые в РФ ЖЖ-блог зарегистрирован как СМИ в январе 2009 года. Автор ЖЖ-дневника «Оттенки Серого» Сергей Мухамедов первым в российской блогосфере получил лицензию, подтверждающую, что его блог

является «электронным периодическим изданием». В лицензии указано: «Тематика данного блога — информационно-познавательная; реклама в соответствии с законодательством РФ».

Поскольку остальные российские блоги средствами массовой информации не являются, их авторы подвергаются судебному преследованию за «публичные высказывания». Однако вопрос о степени этой публичности обсуждается до сих пор. Во многом «перекрёстное комментирование» в Интернете — это аналог беседы, свободу слова в ходе которой гарантирует статья 29 Конституции РФ. Тем не менее, блоггеры вынуждены нести уголовную или административную ответственность за каждую фразу, в отрыве от контекста «разговора», его обстоятельств и общей стилистики.

Ещё более неоднозначная ситуация в Казахстане. Согласно принятому летом 2009 года беспрецедентному закону об Интернете, отныне все веб-сайты, включая блоги, чаты и форумы, приравниваются к средствам массовой информации с соответствующими обязательствами. Судебные органы получили возможность требовать от их владельцев удаления материалов, противоречащих законодательству. В случае неподчинения решению суда доступ к сайту будет заблокирован, а его владелец может лишиться возможности использовать собственный домен и доменные имена с похожими названиями на срок от трёх месяцев до года. Владельцы блогов также будут нести ответственность за информацию и комментарии, размещённые на их страницах. Обращаться в суд «по месту заявителя» (то есть в Казахстане) можно будет против не только казахских интернет-ресурсов, но и на ресурсы из любой страны мира.

Продвижение блогов

С конца 2006 года стало набирать популярность SMO и SMM. SMM (social media marketing, маркетинг в социальных сетях) используется для продвижения сайтов/блогов в блогосфере и социальных медиа, таких как форумы, рассылки, ICQ, сайты digg-типа, социальные закладки и любые другие коммуникационные среды с профилями пользователей. SMO (social

media optimization) используется для подготовки сайта/блога для более эффективного нахождения его пользователями.

Объединение блогов/планета блогов

Планета блогов - это RSS-агрегатор, предназначенный для объединения персональных блогов и агрегирования их на одном ресурсе. Это достаточно статичное объединение, желающие могут попросить включить их блог в объединение или посоветовать чужой блог. Посты участников располагаются в хронологическом порядке, новые посты идут в начале. Основанием для объединения блогов могут быть разные причины: принадлежность авторов к одной социальной группе, схожие хобби, увлечения и так далее.

Политическое значение блогов

По мнению журналиста Алана Волфе, опубликовавшего в газете New York Times статью о политических блогах, благодаря им мировая политика становится всё более мировой (то есть нюансы событий в пределах одной страны мгновенно привлекают внимание всего мира) и интернетизированной. В этом есть как плюсы — благодаря блогам люди становятся более информированными и заинтересованными,— так и минусы — «уход в виртуал» уменьшает привлекательность традиционных методов влияния на власти — например, демонстраций протеста.

Для многих блоги - единственное доступное и безопасное средство выражения собственного мнения. Особенно актуально это для России, где в последние годы цензура, административное давление и «споры хозяйствующих субъектов» привели к тому, что практически не осталось СМИ, которые позволяли бы себе открыто придерживаться позиции, не совпадающей с официальной. Сократилась вся сфера публичной политики, и ключевые политические вопросы решаются теперь преимущественно кулуарно. Всё это способствовало тому, что теперь критически мыслящие люди,

занимающие активную гражданскую позицию, высказывают своё мнение в сферах, жестко не контролируемых властью — в частности, в блогах.

Профессиональные политики также используют блоги — как для информирования, поиска сторонников и пропаганды своих идей, так и для контрпропаганды, борьбы с политическими оппонентами. Есть дневники, открытые от имени Хиллари Клинтон, Ангелы Меркель, Сеголен Руаяль и даже Махмуда Ахмадинежада. Постепенно растёт число российских политиков, ведущих дневники в Живом Журнале: Никита Белых, Гарри Каспаров, Леонид Невзлин, Валерия Новодворская и др. Ведут дневники Сергей Миронов, Виталий Третьяков и Владимир Жириновский.

Преследование блогеров

Блогер может подвергаться преследованиям по двум причинам.

Во-первых, причины могут быть политическими. Блоги гораздо труднее контролировать, чем зарегистрированные и незарегистрированные печатные и аудиовизуальные СМИ.

Таким образом, авторитарные и тоталитарные режимы часто прибегают к карательным мерам против блогеров, высказавших неугодные политические взгляды в своем блоге или опубликовавших материалы, компрометирующие существующую власть. Например, на Кубе, по данным, предоставленным организацией «Репортёры без границ», на данный момент осуждены и находятся в заключении 20 блогеров, в Китае - 24.

Во-вторых, блогер может преследоваться по личным причинам, оскорбив конкретное лицо в своем блоге, задев чужую сферу интересов (часто это касается деловых структур), или опубликовав данные, компрометирующие частное лицо или коммерческую структуру. В России уже имели место случаи судебного преследования блогеров.

Персональная безопасность блогера

Джулиен Пейн, глава департамента свободного использования Интернета в организации «Репортёры без границ», советует блогерам, которые собираются

опубликовать информацию, угрожающую их безопасности, сохранять анонимность, поскольку государство наблюдает за блогосферой с целью хоть как-то наказать «возмутителей спокойствия».

Американский блогер и член организации «Репортёры без границ» Итан Цукерман советует для сохранения анонимности использовать псевдоним. Чтобы блогера было невозможно найти по адресу электронной почты, Цукерман предлагает регистрировать блог на адрес почтового ящика, размещённого непосредственно на блог-платформе. Также Цукерман высказал мысль использовать публичные компьютеры, которыми пользуется большое количество людей, например, компьютеры в компьютерных клубах и библиотеках, поскольку, таким образом, блогера будет не так просто вычислить и предъявить ему обвинение.

Конкурсы

С ростом популярности блога как нового способа вещания появляются конкурсы на наилучший блог в той или иной категории. С 2004 года международный конкурс на лучший блог The BOBs (The Best of the Blogs — Лучшие из блогов) проводит немецкая медиакомпания Deutsche Welle. Конкурс The BOBs организован среди блогов, написанных на 11 языках: английском, арабском, испанском, китайском, немецком, португальском, бенгальском, персидском, индонезийском, французском и русском.

4. Лабораторная работа №4 «Создание и ведение блога» (Приложение №1)

5. Подведение итогов урока. Рефлексия.

Что нового вы узнали? (определения). Назовите примеры блоггеров. Где вы можете применить полученные знания?

Лекция №6 «Вики. Социальные медиахранилища»

Цели урока:

- **Образовательная** — сформировать понятие о социальных медиахранилищах.

- **Развивающая** – продолжить развитие познавательных психических и эмоционально-волевых процессов: внимание, память, воображение.
- **Воспитательная** – внимательность, аккуратность, интерес к предмету.

Тип урока: урок формирования новых знаний и умений.

Оборудование урока:

- компьютеры с ОС MS Windows;
- проектор;
- экран (интерактивная доска);
- презентация;

Основные понятия:

- вики;
- социальные медиакранилища

План урока:

1. Организационный момент (2 минуты).
2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся (5 минут).
3. Изучение нового материала (15 минут).
4. Лабораторная работа №5 «Загружаем видео на Youtube» (15 минут)
5. Подведение итогов урока. Рефлексия (5 минут).

Ход урока

1. Организационный момент.

Приветствие обучающихся.

2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся.

- блог, виды блогов, блогер, преследование блогеров.

3. Изучение нового материала.

Вики — веб-сайт, структуру и содержимое которого пользователи могут сообща изменять с помощью инструментов, предоставляемых самим сайтом. Крупнейший и известнейший вики-сайт — Википедия (<http://ru.wikipedia.org/>).

Вики характеризуется такими признаками:

1. Возможность многократно править текст посредством самой вики-среды (сайта), без применения особых приспособлений на стороне редактора.
2. Особый язык разметки — так называемая вики-разметка, которая позволяет легко и быстро размечать в тексте структурные элементы и гиперссылки; форматировать и оформлять отдельные элементы.
3. Учёт изменений (версий) страниц: возможность сравнения редакций и восстановления ранних.
4. Проявление изменений сразу после их внесения.
5. Разделение содержимого на именованные страницы.
6. Гипертекстовость: связь страниц и подразделов сайта через контекстные гиперссылки.
7. Множество авторов. Некоторые вики могут править все посетители сайта.

Некоторые вики позволяют всем желающим изменять их содержимое. Подобно тому, как стены зданий и заборы исписывают непристойными надписями и украшают рисунками граффити, в таких вики иногда портят содержимое или добавляют что-то неуместное. Но, в отличие от стен и заборов, в вики легко вернуть содержимое к ранней версии: исправлять легче, чем портить. Если же кто-то упорно и намеренно стремится навредить пользователям вики-сайта, можно закрыть ему возможность вносить правки.

Таким образом, сервис Вики является одним из наиболее ярких сайтов-представителей второго поколения Веб, так как именно в проектах Вики реализованы все основные принципы Web 2.0, все признаки, которыми характеризуется Вики, можно отнести и к социальным сетевым сообществам в целом.

Социальные медиахранилища

Социальные медиахранилища — сервисы для совместного хранения медиафайлов. Их можно классифицировать по типу файлов размещаемых на этих серверах.

1. Фотографии, схемы, рисунки
2. Видео
3. Документы (книги)
4. Аудиозаписи, подкасты, интернет-радио

Наиболее популярными сервисами для размещения фотографий, схем, рисунков являются сервисы Фликр, Picasa и др. Фликр - социальный сервис, предназначенный для хранения и дальнейшего личного либо совместного использования цифровых фотографий. Фликр позволяет загружать, публиковать, редактировать фото, использовать метки-категории, позволяющие быстрее искать фотографии. Сервис дает возможность всем своим пользователям делиться своими фотографиями и метками на фотографиях, определять уровень доступа к фотографии, группировать фото в альбомы и даже указывать географическую принадлежность фото на встроенной карте.

Другие сервисы хранения изображений обладают примерно одинаковым набором функций, веб-альбомы часто встречаются внутри более крупных проектов, таких как социальные сети, городские порталы и др., но обретают популярность и в качестве независимых сервисов. Видео пользователи рунета чаще всего публикуют на сайтах YouTube, RuTube, Видео.mail.ru и др. На сайте YouTube пользователи могут добавлять, просматривать и комментировать, ставить оценки тем или иным видеозаписям. Благодаря простоте и удобству использования, YouTube стал популярнейшим видеохостингом и третьим сайтом в мире по количеству посетителей. На сайте представлены как профессионально снятые фильмы и клипы, так и любительские видеозаписи, включая видеоблоги.

Видеоматериалы YouTube распространяет следующим образом:

- на сайте YouTube.com: Пользователи могут загружать видео в нескольких распространенных форматах, таких как .mpeg и .avi. YouTube автоматически конвертирует их во Flash Video (.flv) и делает их доступными для просмотра в онлайн.

- за пределами YouTube.com: каждое видео сопровождается готовой HTML-разметкой для вставки видео на другие веб-страницы. Простая техника скопируй-и-вставь сделала распространение видео с YouTube чрезвычайно популярным среди блоггеров и пользователей социальных сетей, а также некоторых медиаресурсов, ведь ссылка на видео может быть внедрена в HTML-код любой веб-страницы.

- с января 2009 года Youtube предоставляет возможность скачивать некоторые видеоролики напрямую с сайта.

YouTube стал настолько значимым явлением в медиамире, что с ним вынуждено считаться и телевидение. Многие медиакомпании создают официальные аккаунты на YouTube, осуществляя продвижение своей продукции через сервис. Ролики нередко попадают в репортажи новостей.

С появлением понятий «видеоделинг», «видеоблоггинг» возникло довольно много проектов — как позже, так и раньше, чем YouTube: Рутуб, видео.mail.ru многие другие сервисы по сути являются аналогами Ютуб, отличаться могут по интерфейсу и ряду дополнительных возможностей.

Документы, книги хранят чаще всего в социальной сети Scribd, которую многие называют «текстовой версией Ютуб». Вы можете закладывать туда книги и делиться ими со всем миром. А также используется Google.Docs. Сейчас данный сервис стал сервисом для хранения документов не хуже, чем Пикаса для фото. При этом, несложно догадаться, что сортировку и поиск документов и книг можно осуществлять более простыми способами, чем аналогичные действия с медиаданными, так как текстовый документ достаточно автоматически проиндексировать, чтоб определить его содержимое, составить список ключевых слов и найти смежные темы.

Хранение аудиозаписей, публикацию подкастов предлагают многие сайты для музыкантов, тысячи людей приходят на эти сайты каждый день, чтобы опубликовать своё творчество, а десятки тысяч — чтобы скачать и оценить его. Чаще всего с помощью этих сервисов возможно следующее:

- создать свою собственную страницу и опубликовать на ней свою музыку и аудиозаписи;
- оформить все материалы как подкаст, что позволит поклонникам получать свежее аудио прямо к себе в MP3-плеер в автоматическом режиме;
- общаться в тематических сообществах;
- участвовать в рейтинге;
- использовать систему коллаборативных рекомендаций, то есть получать рекомендации о тех материалах, которые, скорее всего, будут вам интересны;

На сайтах для публикации аудио и подкастов можно увидеть реальную картину популярности современных музыкантов, рейтинг составляемый самими слушателями, здесь любой человек может стать звездой не имея больших денег и без авторитетных продюсеров. Уже сейчас некоторые знаменитости попали на музыкальный Олимп благодаря социальным сервисам. Интернет-радио — это еще одна разновидность сервисов для хранения и публикации аудиоматериалов. Плей-лист интернет-радио коллективно составляется самими пользователями и музыкантами.

Кроме перечисленных, существуют сервисы для хранения и других типов данных, например аватаров, карт знаний, баз данных.

Персональные рекомендательные сервисы

В Интернете существуют рекомендательные системы, специализирующиеся на одном типе контента, например: Last.FM, Netflix Prize (кинофильмы), экспертную работу в котором выполняют сами пользователи.

Рекомендации рассчитываются следующим образом: пользователь оценивает по десятибалльной шкале книги, фильмы и т. д. На основе выставленных оценок программа строит его потребительский профиль. Сравнивает профили разных пользователей и формирует сообщества единомышленников — людей с близкими вкусами. После чего организует обмен мнениями внутри этих сообществ. Таким образом, стоящие и важные произведения подсказывают друг другу люди, а не компьютер. Этот принцип, а он называется коллаборативной фильтрацией (Коллаборативная фильтрация — от англ. collaborative — «сотрудничество»), напоминает привычный механизм людской молвы, только автоматизированный.

Географические сервисы

Географические сервисы позволяют работать с картами мира и отдельных стран, регионов, городов и совместно размещать информацию на географических картах, отмечать места, создавать комментарий.

Основные географические сервисы Рунета:

1. Гугл Планета Земля
2. Панорамио
3. Скетчуп
4. Викимапия

Земля Гугл — программа Google Earth (<http://earth.google.com/>) позволяет в разных масштабах изучать поверхность Земли по данным спутниковых снимков. Система также поддерживает создание и отображение пользовательских информационных слоев, которые можно организовать в иерархическую структуру, а затем включать и выключать в произвольных комбинациях.

Панорамио (Panoramio.com)- социальный сервис Интернета, который позволяет помечать свои фотографии геотегами и привязывать их к картам Гугла и Земле Гугл, публиковать комментарии.

С помощью сервиса Скетчуп (<http://sketchup.google.com>) можно «построить» архитектурные объекты 3D (как реальные, так и воображаемые) и «поставить» их в определенном месте на Земле.

WikiMapia (<http://wikimapia.org/>) — проект, объединяющий информацию Google Maps с технологией вики. Его целью является описание географических объектов всей планеты Земля.

Просматривая карту WikiMapia, пользователь видит объекты, ограниченные рамками, и может получить текстовое описание для каждого. Редактирование текстов и выделение новых участков карты доступно любому посетителю сайта. Объекты также помечаются тегами, в режиме поиска отображаются только те из них, в описании которых присутствует данный тег. Также к каждому помеченному участку можно добавлять фотографии этого места, видеоролики из YouTube и ссылку на страницу в Википедии для этого места. Слой пометок WikiMapia можно подключить к программе Google Earth.

Таким образом, географические сервисы позволяют не только получать текстовую и медиаинформацию, но и задавать (либо просматривать, редактировать) ее положение на географических картах планеты, что расширяет возможности социальных сетевых сервисов не только по типу данных, используемых в них, но и в пространственном отношении.

4.Лабораторная работа №5 «Загружаем видео на Youtube» (Приложение №1)

5.Подведение итогов урока. Рефлексия.

Что нового вы узнали? (определения). Назовите примеры известных вам вики и социальных мелихранилищ. Где вы можете применить полученные знания?

Лекция №7 «Общение в трехмерной реальности. Мэшп и многофункциональные порталы»

Цели урока:

- **Образовательная** – сформировать понятие о трехмерной реальности, мешапе и многофункциональных порталах.
- **Развивающая** – продолжить развитие познавательных психических и эмоционально-волевых процессов: внимание, память, воображение.
- **Воспитательная** – внимательность, аккуратность, интерес к предмету.

Тип урока: урок формирования новых знаний и умений.

Оборудование урока:

- компьютеры с ОС MS Windows;
- проектор;
- экран (интерактивная доска);
- презентация;

Основные понятия:

- общение в трехмерной реальности;
- мэшап;
- многофункциональные порталы.

План урока:

1. Организационный момент (5минут).
2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся (5минут).
3. Изучение нового материала(25минут).
4. Подведение итогов урока. Рефлексия(5минут).

Ход урока

1. Организационный момент.

Приветствие обучающихся.

2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся.

- вики;
- социальные медиакранилища

3.Изучение нового материала.

Общение в трехмерной реальности

Наиболее популярным социальным сервисом для общения в трехмерной реальности является Second Life (<http://www.secondlife.com/>).

Second Life — это многопользовательская онлайн-игра, представляющая собой трехмерный виртуальный мир.

Second Life - не столько игра в обычном понимании, сколько виртуальное пространство с определёнными свойствами. Здесь нет необходимости зарабатывать очки, «прокачивать» своего персонажа, нет присущих обычным играм заданных сюжетом заданий. Вместо этого владельцы аккаунтов получают возможность выбрать наиболее приемлемый для них способ виртуального существования - создание виртуальных товаров, строительство, покупка и продажа виртуальной земли, создание виртуальных предметов искусства, общение в чате или голосом, путешествия по многочисленным примечательным местам виртуального мира.

Существуют созданные резидентами зоны для виртуальных «боевых действий» — поединков или массовых схваток, как правило, выдержанных в определённой концепции. Пользователи могут развлекаться различными мини-играми, взаимодействовать с окружением и свободно перемещаться по трехмерному миру.

Таким образом, общение в трехмерной реальности — это социальный сетевой сервис, позволяющий полностью создавать среду своей виртуальной жизни.

Отсутствие заданного сценария, который всегда присутствует в онлайн играх или стратегиях позволяет называть их настоящей виртуальной реальностью.

Мэшaп и многофункциональные порталы

Мэшaп — это веб-приложение, объединяющее данные из нескольких источников в один интегрированный инструмент; например, при объединении картографических данных Google Maps с данными о недвижимости с Craigslist

получается новый уникальный веб-сервис, изначально не предлагаемый ни одним из источников данных.

Многофункциональные порталы объединяют в себе несколько социальных сетевых сервисов.

На самом деле практически не существует в Сети однофункциональных социальных сервисов. Социальные сети, например, обычно содержат в себе блоги и фотоальбомы.

Один из мэшапов Earthify позволяет превращение списков (например, предложений по недвижимости) в геокнопки на карте Google Earth. Также существуют многофункциональные порталы, объединяющие не 2-3, а сразу множество популярных сетевых сервисов. Многофункциональные порталы — это обычно региональные, федеральные или общемировой известности серверы. Такие как Google, mail.ru и др.

Городские порталы с элементами Веб 2.0 часто включают в себя социальные сети, блоги, форумы, обмен мгновенными сообщениями, органайзер, фотоальбомы и множество других функций.

Однако, нужно заметить, что многофункциональные порталы обычно построены на коммерческой основе, так как требуют мощного ПО и больших материальных затрат на разработку и продвижение. Несмотря на большой объем сетевых сервисов на порталах, их доля на сайте не настолько большая как на тематических сервисах.

Таким образом, социальный сетевой сервис каждого вида по представленной классификации отличается от других своими уникальными свойствами и целью, с которой посетители используют этот сервис, и имеет важную общую черту со всеми другими социальными сервисами — люди ведут с его помощью совместную деятельность.

В данной классификации рассмотрены только основные виды социальных сетевых сервисов, существует еще много различных интересных и полезных сайтов и порталов.

С помощью сетевых сообществ и сервисов можно получать знания и отрабатывать навыки, о чем будет подробно рассказано ниже.

Бесплатные открытые ресурсы для поиска информации

Первый и наиболее распространенный способ использования Интернета в образовательных целях — поиск информации. Сетевые социальные сервисы расширили информационные возможности Веба, информация стала не менее достоверной, чем в книгах, а может даже и более, так как книга статична, а интернет-издания постоянно обновляются.

Улучшены алгоритмы поисковых машин и в выдаче стали заметно меньше появляться сомнительные ресурсы, что также повышает качество и уровень достоверности информации.

Но главная особенность использования именно социальных сетевых сервисов в поиске учебных материалов — это наличие свободных открытых энциклопедий, таких как Википедия. Которые, помимо поиска, позволяют и совместно создавать и редактировать любые данные.

4.Подведение итогов урока. Рефлексия.

Что нового вы узнали? (определения). Назовите примеры известных вам вики и социальных медиакранилищ. Где вы можете применить полученные знания?

Лекция №8 «Информационная безопасность»

Цели урока:

- **Образовательная** – сформировать понятие об информационной безопасности.
- **Развивающая** – продолжить развитие познавательных психических и эмоционально-волевых процессов: внимание, память, воображение.
- **Воспитательная** – внимательность, аккуратность, интерес к предмету.

Тип урока: урок формирования новых знаний и умений.

Оборудование урока:

- компьютеры с ОС MS Windows;

- проектор;
- экран (интерактивная доска);
- презентация;

Основные понятия:

- информационная безопасность.

План урока:

1. Организационный момент(5минут).
2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся(5минут).
3. Изучение нового материала(25минут).
4. Подведение итогов урока. Рефлексия(5минут).

Ход урока

1. Организационный момент.

Приветствие обучающихся.

2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся.

- общение в трехмерной реальности, мэшап, многофункциональные порталы.

3.Изучение нового материала.

Рассмотрим основные понятия, связанные с информационной безопасностью.

Информационная безопасность (англ. *information security*) - это *состояние* защищённости информационной среды.

Защита информации представляет собой *деятельность* по предотвращению утечки защищаемой информации, несанкционированных и непреднамеренных воздействий на защищаемую информацию, то есть *процесс*, направленный на достижение этого состояния.

В современном социуме информационная сфера имеет две составляющие: информационно-техническую (искусственно созданный человеком мир техники, технологий т. п.) и информационно-психологическую

(естественный мир живой природы, включающий и самого человека). Соответственно, в общем случае информационную безопасность общества (государства) можно представить двумя составными частями: информационно-технической безопасностью и информационно-психологической (психофизической) безопасностью.

Безопасность информации (при применении информационных технологий) (англ. *IT security*) – состояние защищенности информации (данных), обеспечивающее безопасность информации, для обработки которой она применяется, и информационную безопасность автоматизированной информационной системы, в которой она реализована.

Безопасность автоматизированной информационной системы – состояние защищенности автоматизированной системы, при котором обеспечиваются конфиденциальность, доступность, целостность, подотчетность и подлинность её ресурсов.

Информационная безопасность — защищенность информации и поддерживающей инфраструктуры от случайных или преднамеренных воздействий естественного или искусственного характера, которые могут нанести неприемлемый ущерб субъектам информационных отношений. Поддерживающая инфраструктура – системы электро-, тепло-, водо-, газоснабжения, системы кондиционирования и т. д., а также обслуживающий персонал. Неприемлемый ущерб – ущерб, которым нельзя пренебречь.

Существенные признаки понятия

В качестве стандартной модели безопасности часто приводят модель из трёх категорий:

- конфиденциальность (англ. *confidentiality*) - состояние информации, при котором доступ к ней осуществляют только субъекты, имеющие на нее право;

- целостность (англ. *integrity*) - избежание несанкционированной модификации информации;

- доступность (англ. *availability*) - избежание временного или постоянного сокрытия информации от пользователей, получивших права доступа.

Выделяют и другие не всегда обязательные категории модели безопасности:

- неотказуемость или апеллируемость (англ. *non-repudiation*) - способность удостоверить имевшее место действие или событие так, что эти события или действия не могли быть позже отвергнуты;

- подотчётность (англ. *accountability*) - обеспечение идентификации субъекта доступа и регистрации его действий;

- достоверность (англ. *reliability*) - свойство соответствия предусмотренному поведению или результату;

- аутентичность или подлинность (англ. *authenticity*) - свойство, гарантирующее, что субъект или ресурс идентичны заявленным.

Системный подход к описанию информационной безопасности предлагает выделить следующие составляющие информационной безопасности:

1. Законодательная, нормативно-правовая и научная база.
2. Структура и задачи органов (подразделений), обеспечивающих безопасность ИТ.
3. Организационно-технические и режимные меры и методы (Политика информационной безопасности).
4. Программно-технические способы и средства обеспечения информационной безопасности.

Целью реализации информационной безопасности какого-либо объекта является построение Системы обеспечения информационной безопасности

данного объекта (СОИБ). Для построения и эффективной эксплуатации СОИБ необходимо:

- выявить требования защиты информации, специфические для данного объекта защиты;
- учесть требования национального и международного Законодательства;
- использовать наработанные практики (стандарты, методологии) построения подобных СОИБ;
- определить подразделения, ответственные за реализацию и поддержку СОИБ;
- распределить между подразделениями области ответственности в осуществлении требований СОИБ;
- на базе управления рисками информационной безопасности определить общие положения, технические и организационные требования, составляющие Политику информационной безопасности объекта защиты;
- реализовать требования Политики информационной безопасности, внедрив соответствующие программно-технические способы и средства защиты информации;
- реализовать Систему менеджмента (управления) информационной безопасности (СМИБ);
- используя СМИБ организовать регулярный контроль эффективности СОИБ и при необходимости пересмотр и корректировку СОИБ и СМИБ.

Как видно из последнего этапа работ, процесс реализации СОИБ непрерывный и циклично (после каждого пересмотра) возвращается к первому этапу, повторяя последовательно все остальные. Так СОИБ корректируется для эффективного выполнения своих задач защиты информации и соответствия новым требованиям постоянно обновляющейся информационной системы.

4.Подведение итогов урока. Рефлексия.

Что нового вы узнали? (определения). Где вы можете применить полученные знания?

Лекция №9 «Нормативные документы»

Цели урока:

- **Образовательная** – изучить нормативно-правовую документацию информационной безопасности.
- **Развивающая** – продолжить развитие познавательных психических и эмоционально-волевых процессов: внимание, память, воображение.
- **Воспитательная** – внимательность, аккуратность, интерес к предмету.

Тип урока: урок формирования новых знаний и умений.

Оборудование урока:

- компьютеры с ОС MS Windows;
- проектор;
- экран (интерактивная доска);
- презентация;

Основные понятия:

- информационная безопасность,
- нормативные документы.

План урока:

1. Организационный момент (5минут).
2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся (5минут).
3. Изучение нового материала (25минут).
4. Подведение итогов урока. Рефлексия (5минут).

Ход урока

1. Организационный момент.

Приветствие обучающихся.

2. Актуализация опорных знаний и практического опыта обучающихся.

- информационная безопасность.

3.Изучение нового материала.

В Российской Федерации к нормативно-правовым актам в области информационной безопасности относятся:

Акты федерального законодательства:

1. Международные договоры РФ;
2. Конституция РФ;
3. Законы федерального уровня (включая федеральные конституционные законы, кодексы);
4. Указы Президента РФ;
5. Постановления правительства РФ;
6. Нормативные правовые акты федеральных министерств и ведомств;
7. Нормативные правовые акты субъектов РФ, органов местного самоуправления и т. д.

К нормативно-методическим документам можно отнести

1. Методические документы государственных органов России;
2. Доктрина информационной безопасности РФ;
3. Руководящие документы ФСТЭК (Гостехкомиссии России);
4. Приказы ФСБ;
5. Стандарты информационной безопасности, из которых выделяют:
6. Международные стандарты;
7. Государственные (национальные) стандарты РФ;
8. Рекомендации по стандартизации;
9. Методические указания.

Политика безопасности информационно-телекоммуникационных технологий (англ. *ICT security policy*) - правила, директивы, сложившаяся практика, которые определяют, как в пределах организации и её информационно-телекоммуникационных технологий управлять, защищать и распределять активы, в том числе критичную информацию.

Для построения Политики информационной безопасности рекомендуется отдельно рассматривать следующие направления защиты информационной системы:

1. Защита объектов информационной системы;
2. Защита процессов, процедур и программ обработки информации;
3. Защита каналов связи;
4. Подавление побочных электромагнитных излучений;
5. Управление системой защиты.

При этом по каждому из перечисленных выше направлений Политика информационной безопасности должна описывать следующие этапы создания средств защиты информации:

1. Определение информационных и технических ресурсов, подлежащих защите.
2. Выявление полного множества потенциально возможных угроз и каналов утечки информации.
3. Проведение оценки уязвимости и рисков информации при имеющемся множестве угроз и каналов утечки.
4. Определение требований к системе защиты.
5. Осуществление выбора средств защиты информации и их характеристик.
6. Внедрение и организация использования выбранных мер, способов и средств защиты.
7. Осуществление контроля целостности и управление системой защиты.

Политика информационной безопасности оформляется в виде документированных требований на информационную систему. Документы обычно разделяют по уровням описания (детализации) процесса защиты.

Документы **верхнего уровня** Политики информационной безопасности отражают позицию организации к деятельности в области защиты информации,

её стремление соответствовать государственным, международным требованиям и стандартам в этой области. Подобные документы могут называться «Концепция ИБ», «Регламент управления ИБ», «Политика ИБ», «Технический стандарт ИБ» и т. п. Область распространения документов верхнего уровня обычно не ограничивается, однако данные документы могут выпускаться и в двух редакциях — для внешнего и внутреннего использования.

Согласно ГОСТ Р ИСО/МЭК 17799—2005, на верхнем уровне Политики информационной безопасности должны быть оформлены следующие документы: «Концепция обеспечения ИБ», «Правила допустимого использования ресурсов информационной системы», «План обеспечения непрерывности бизнеса».

К **среднему уровню** относят документы, касающиеся отдельных аспектов информационной безопасности. Это требования на создание и эксплуатацию средств защиты информации, организацию информационных и бизнес-процессов организации по конкретному направлению защиты информации. Например: Безопасности данных, Безопасности коммуникаций, Использования средств криптографической защиты, Контентная фильтрация и т. п. Подобные документы обычно издаются в виде внутренних технических и организационных политик (стандартов) организации. Все документы среднего уровня политики информационной безопасности конфиденциальны.

В политику информационной безопасности **нижнего уровня** входят регламенты работ, руководства по администрированию, инструкции по эксплуатации отдельных сервисов информационной безопасности.

Программно-технические способы и средства обеспечения информационной безопасности

В литературе предлагается следующая классификация средств защиты информации:

1. Средства защиты от несанкционированного доступа (НСД):

- средства авторизации;

- мандатное управление доступом;
- избирательное управление доступом;
- управление доступом на основе ролей;
- журналирование (так же называется Аудит);
- системы анализа и моделирования информационных потоков

(CASE-системы).

2. Системы мониторинга сетей:

- системы обнаружения и предотвращения вторжений (IDS/IPS);
- системы предотвращения утечек конфиденциальной информации

(DLP-системы);

- анализаторы протоколов;
- антивирусные средства;
- межсетевые экраны.

1. Криптографические средства:

- шифрование;
- цифровая подпись.

4. Системы резервного копирования.

5. Системы бесперебойного питания:

- источники бесперебойного питания;
- резервирование нагрузки;
- генераторы напряжения.

6. Системы аутентификации:

- пароль;
- ключ доступа (физический или электронный);
- сертификат;
- биометрия.

7. Средства предотвращения взлома корпусов и краж оборудования.

8. Средства контроля доступа в помещения.

9. Инструментальные средства анализа систем защиты:

- мониторинговый программный продукт.

10. Организационная защита объектов информатизации.

Организационная защита — это регламентация производственной деятельности и взаимоотношений исполнителей на нормативно-правовой основе, исключающей или существенно затрудняющей неправомерное овладение конфиденциальной информацией и проявление внутренних и внешних угроз. Организационная защита обеспечивает:

- организацию охраны, режима, работу с кадрами, с документами;
- использование технических средств безопасности и информационно-аналитическую деятельность по выявлению внутренних и внешних угроз предпринимательской деятельности.

В каждом конкретном случае организационные мероприятия носят специфическую для данной организации форму и содержание, направленные на обеспечение безопасности информации в конкретных условиях.

4.Подведение итогов урока. Рефлексия.

Что нового вы узнали? (определения). Где вы можете применить полученные знания?

Список литературы

1. Академия Интернета. Опасность и вред социальных сетей [Электронный ресурс] <http://inetedu.ru/articles/26-security/58-social-net-danger.html>, опубликовано 30.11.2012.
2. Биккулов А.С. Сетевой подход в социальной информатике: моделирование социально-экономических процессов и исследования в социальных сетях. Биккулов А.С., Чугунов А.В. Учебное пособие. — СПб: НИУ ИТМО, 2013. – 124 с.
3. ГОСТ Р ИСО/МЭК 27002–2012 01.01.2014. Информационная технология. Методы и средства обеспечения безопасности. Свод норм и правил менеджмента информационной безопасности.
4. Данильчук Е.В., Пономарева Ю.С. Система понятий линии социальной информатики в курсе информатики в школе // Грани познания. 2008. Т. 1. С. 1-9.
5. Информатика. Энциклопедия для детей. Том 22. М.: Аванта+, 2013. - 618с
6. Колин К.К. Биосоциология молодежи и проблема интеллектуальной безопасности в информационном обществе // Знание, понимание, умение. 2012. №3. С. 156-162.
7. Колин К.К. Наука для будущего: социальная информатика // Информационные ресурсы России. 1995. №3. С. 8-15.
8. Коротенков Ю.Г. Социальная информатика и ее представление в предмете «Информатика» // Информатика и образование. 2012. №8. С. 25-28.
9. Ракитов А.И. Информационная революция как фактор экономического и социального развития. / Информационная революция: Наука, экономика, технология: Реф. сб./ РАН ИНИОН, отв. ред. Ракитов А.И. М.: ИНИОН, 2007 - С. 5-16.

10. Семакин И. Г. Информатика : методическое пособие для 7–9 классов / И. Г. Семакин, М. С. Цветкова. — М. : БИНОМ. Лаборатория знаний, 2016. - 160 с.
11. Сервис рейтинга [Электронный ресурс] <http://zonkservice.ru/interest/rejting-sotsialnyih-setey-2016.html>.
12. Скрыль С.В. Безопасность социоинформационных процессов: теория синтеза прогностических моделей. Скрыль С.В., Тростянский С.Н. Воронеж: Воронежский институт МВД России, 2008. — 163 с.
13. Соколова И.В. Социальная информатика. Соколова И.В. М.: Издательство МГСУ, 2012. — 256 с.
14. Учебник для 9 класса. Угринович Н.Д. Издательство: Бином. Лаборатория знаний, 6-е изд. - М.: 2012. — 295 с.
15. Федеральный закон Российской Федерации «О противодействии экстремистской деятельности» (с изменениями на 23 ноября 2015 года). Принят Государственной Думой 27 июня 2002 года. Одобрен Советом Федерации 10 июля 2002 года.
16. Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»
17. Чугунов А.В. Социальная информатика. Учебное пособие. – СПб.: НИУ ИТМО, 2012. – 223 с.
18. Чугунов А.В. Социальная информатика. Учебник и практикум для академического бакалавриата. / Чугунов А.В. – 2-е изд., перераб. и доп. – М: Издательство Юрайт, 2016 – 259с.
19. Шаньгин В.Ф. Информационная безопасность и защита информации Шаньгин В.Ф./ ДМК-Пресс. С.702
20. Щербаков А. Ю. Современная компьютерная безопасность. Теоретические основы. Практические аспекты: учебное пособие: рек. Министерством образования и науки Российской Федерации в качестве

учебного пособия для студентов высших учебных заведений/ А. Ю. Щербаков 351 с., ил Высшая школа, Библиогр.: с. 350-351 572.

Приложения

Приложение 1. «Лабораторные работы к элективному курсу»

Лабораторная работа №1 «Социальные поисковая система Google»

Цель работы: научиться создавать сетевой электронный кабинет.

План работы.

1. Создать аккаунт Google.
2. Сформировать страницу iGoogle.
3. Познакомиться с почтой Gmail, организовать групповой чат.
4. Используя Календарь, ввести расписание занятий.

Ход работы.

1. Войдите на страницу <http://Google.ru>.
2. Создайте свой аккаунт.

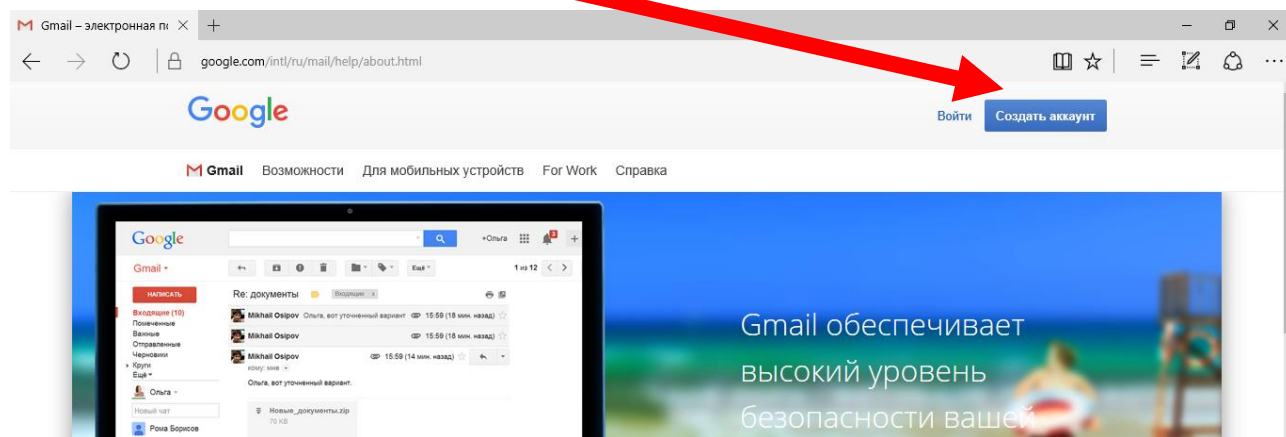


Рис. 1

3. Войдите в почтовую службу Gmail, переведите ее настройки на русский язык (если необходимо, Рис. 1).
4. Познакомьтесь с имеющимися настройками. Загрузите свое изображение, которое будет сопровождать ваши письма.
5. Поставьте подписи.
6. Напишите 2 письма своим соседям, сделайте вложения.
7. Познакомьтесь с содержимым вкладки «Категории» (Рис. 2)

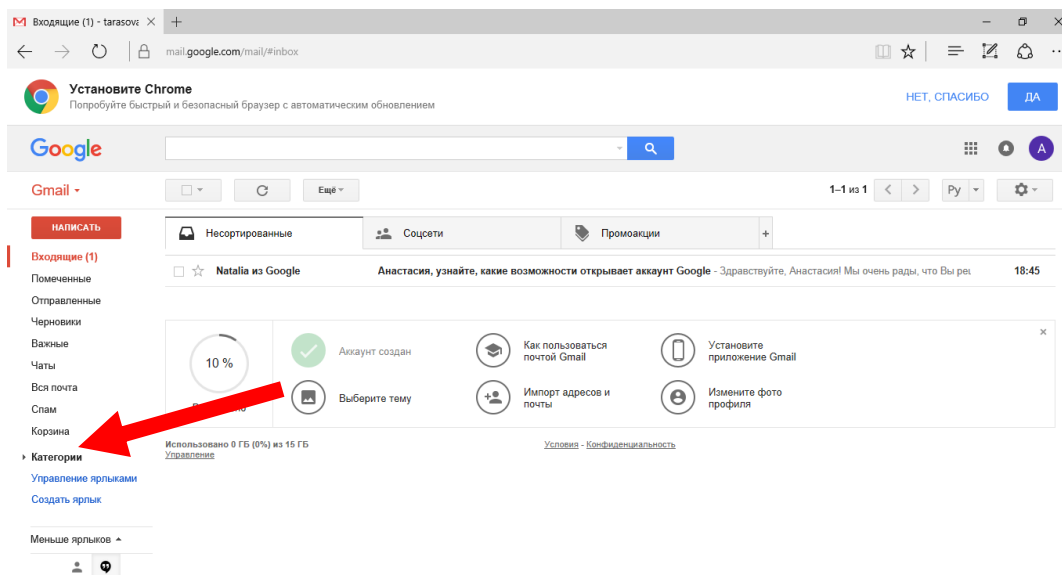


Рис. 2

8. Создайте ярлыки: Письма обучающихся; Письма родителей (Рис. 3).

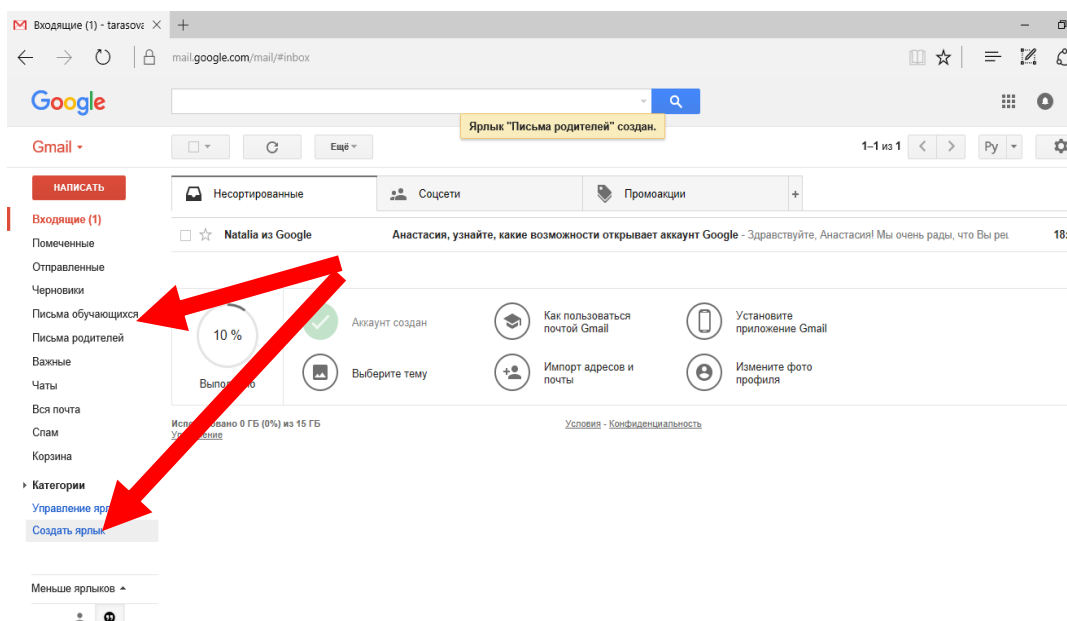


Рис. 3

9. Выделите одно письмо, прикрепите ему ярлык «Письма обучающихся» (Рис. 4).

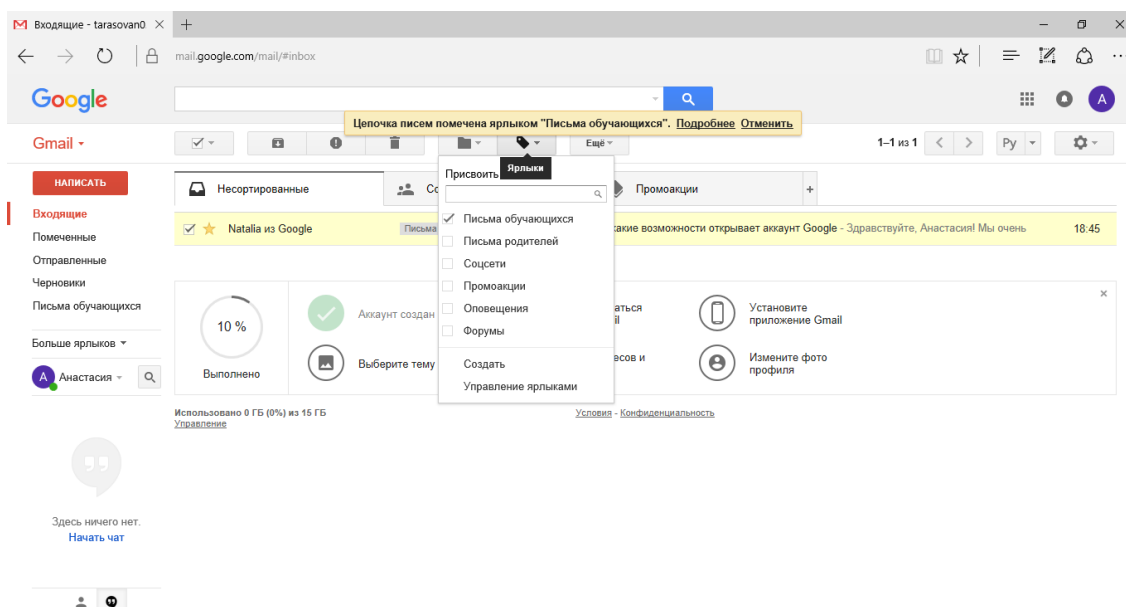


Рис. 4

10. Откройте окно чата. Пригласите обменяться сообщениями своего соседа. (Рис.5)

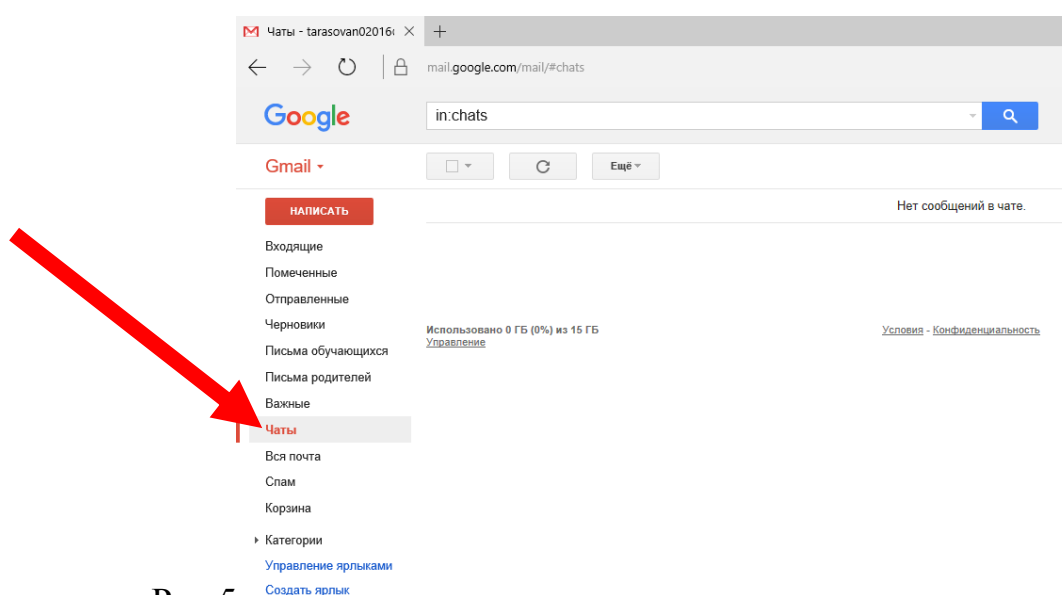


Рис.5

11. Перейдите по ссылке, выберите вкладку Группы. Создайте свою группу, добавьте адреса виртуальных участников, проведите обсуждение любого вопроса.

12. Перейдите на страницу Google.com

13. Познакомьтесь со стандартной подборкой гаджетов и ключевыми операциями с ними (Рис. 7):

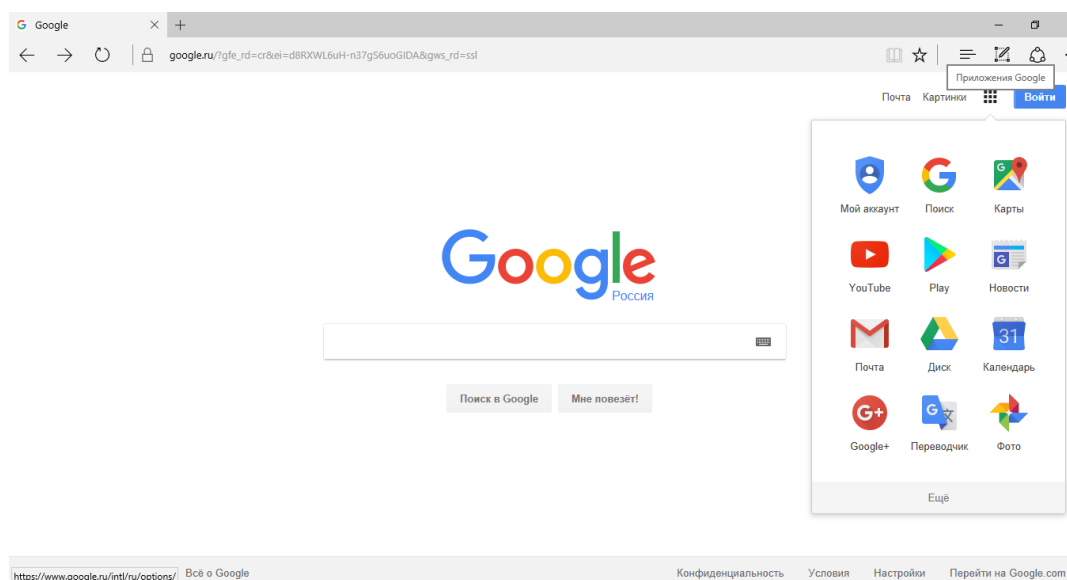


Рис.7

14. Попробуйте следующие гаджеты

- Переводчик Google;
- Карты Google;
- Документы Google;
- Календарь Google.

15. Узнайте, что такое «дудлы» и исследуйте архив дудлов, перейдя АО ссылке «Мне повезет» (Рис. 8 и 9).

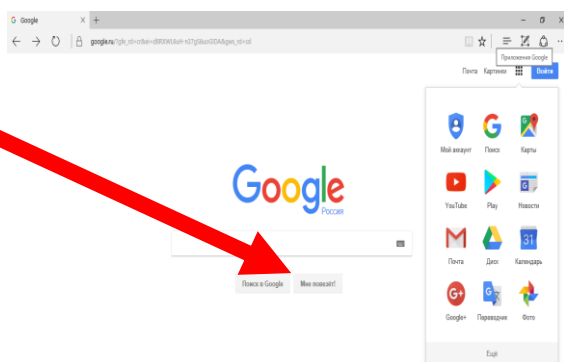


Рис.8

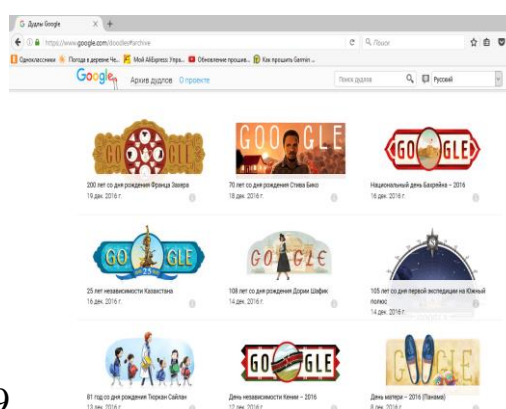


Рис. 9

16. Познакомьтесь со службой Календарь. Перейдите по ссылке Календарь Google (Рис. 10). Заполните основной календарь своего аккаунта на неделю (расписание уроков, консультаций, тренировок и других дел)

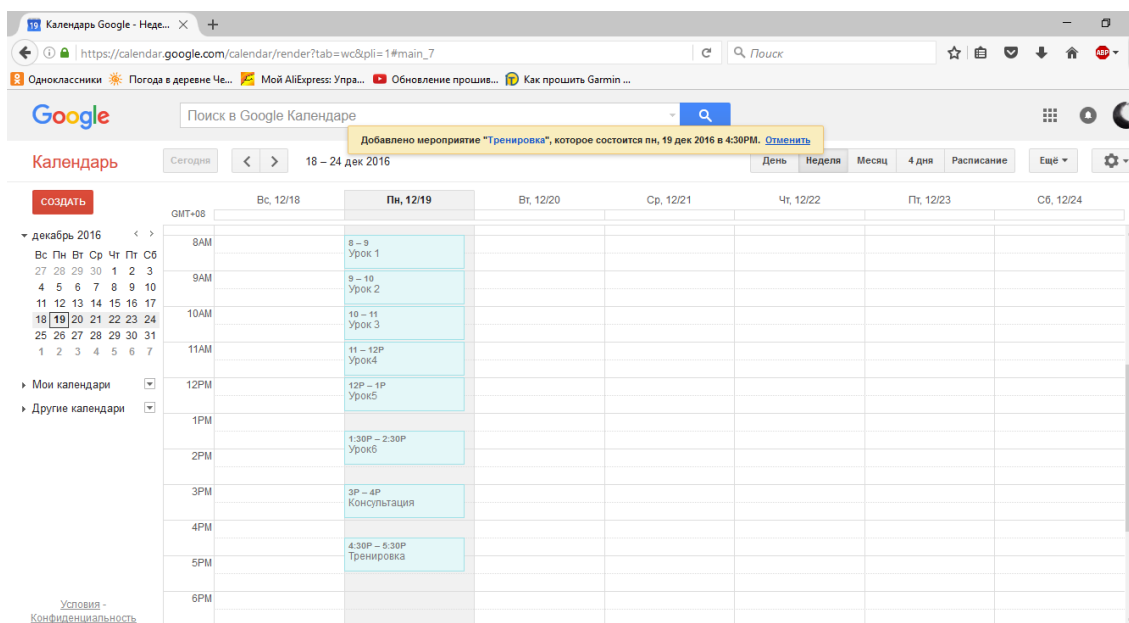


Рис. 10

18. Создайте дополнительный календарь, открытый для одноклассников с расписанием занятий на неделю.

Нажмите Мои календари → Создать календарь (Рис. 11, Рис. 12) .

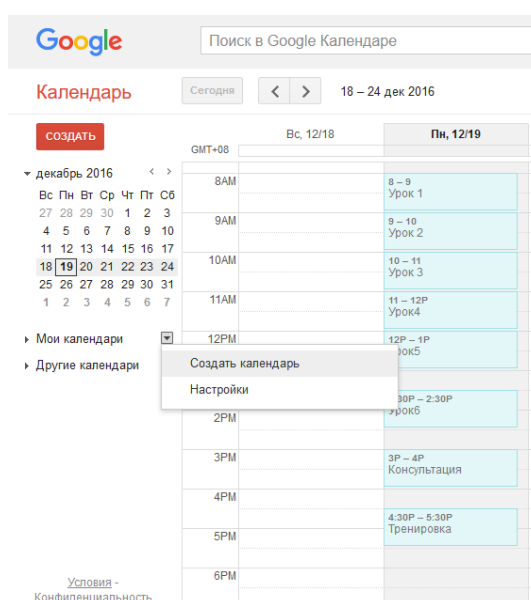


Рис. 11

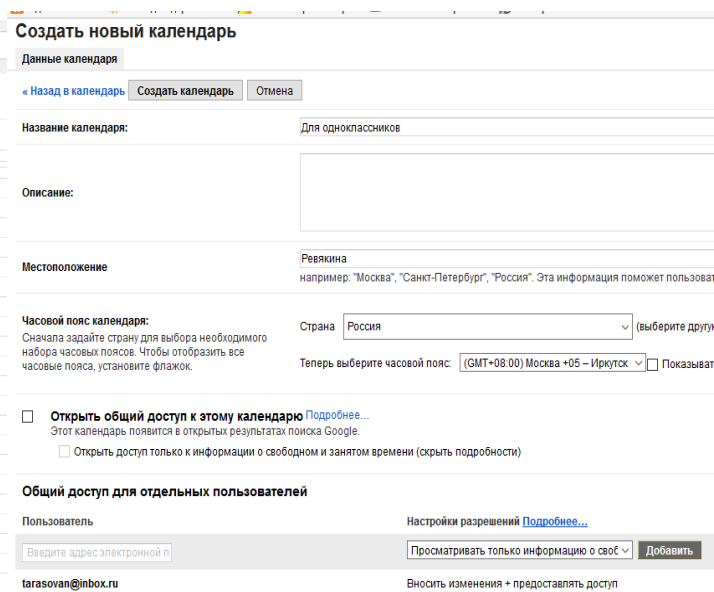


Рис. 12

Сделайте соответствующие настройки для Вашего календаря (Рис.12.). Откройте для просмотра дополнительный календарь из своего аккаунта одному из обучающихся.

Лабораторная работа №2

«Создание личных страниц в социальных сетях»

Цель работы: научиться создавать личные страницы в социальных сетях

План работы:

1. Создать личную страницу на <https://ok.ru>
2. Создать личную страницу на <https://vk.com/>

Ход работы:

1.Регистрация на www.odnoklassniki.ru



1.Чтобы зарегистрироваться на <https://ok.ru> зайдите на страницу этого сайта. Выберите «Регистрация бесплатная».

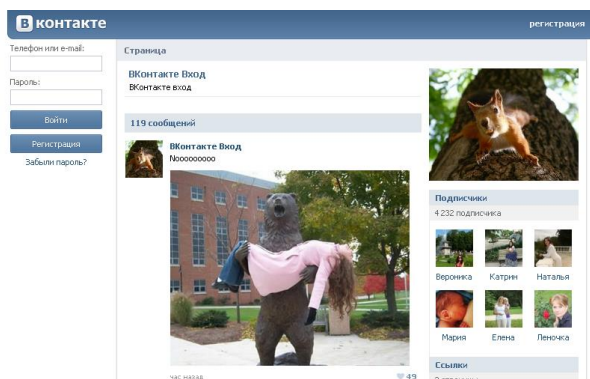
2.В открывшемся окне заполните необходимую информацию о себе.

Далее «Продолжить».

3.Заполните информацию о себе в следующих вкладках:

- Образование;
- Друзья;
- Прикрепите личную фотографию;
- Защита профиля (ввод номера мобильного телефона, бесплатно).

4.После осуществления регистрации можно зайти на свою страницу и проверить заполненные данные. В случае ошибки данные можно корректировать: Нажать ПКМ на свою фамилию, имя → редактировать личные данные.

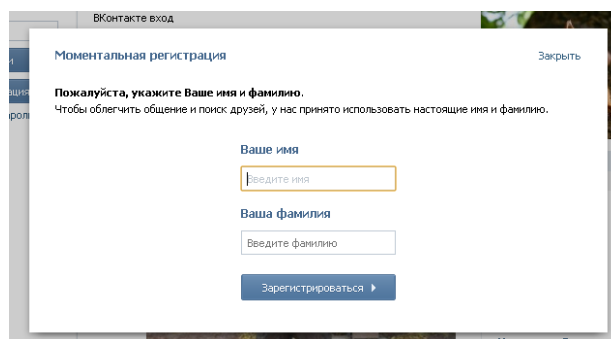


2. Введите необходимые для регистрации данные:

- Ваши имя и фамилию;
- Поиск одноклассников;
- Поиск однокурсников;
- Завершение регистрации.

2. Регистрация в <https://vk.com/>

1. Зайдите на главную страницу сайта www.vkontakte.ru. Найдите слева кнопку “Регистрация” и нажмите на неё.



3. Проверить и изменить свои данные можно зайдя на свою страницу:

Моя страница → Редактировать страницу.

Лабораторная работа №3

«Ведение личных страниц в различных социальных сетях»

Цель работы: научиться загружать фотографии и искать друзей в социальных сетях

План работы:

1. Заполнить личную страницу на <https://ok.ru>
2. Заполнить личную страницу на <https://vk.com/>

Ход работы:

1. Заполнить личную страницу на одноклассниках.

1. Зайдите на <https://ok.ru>. Войдите на свою личную страницу, введя свой логин и пароль.

2. Загрузите свои фотографии. Откройте вкладку Фото→Личные фотографии→Добавить фото (выбрать необходимую фотографию). Если фотографии имеют определенную тематику, можно создать альбом. Рис.1

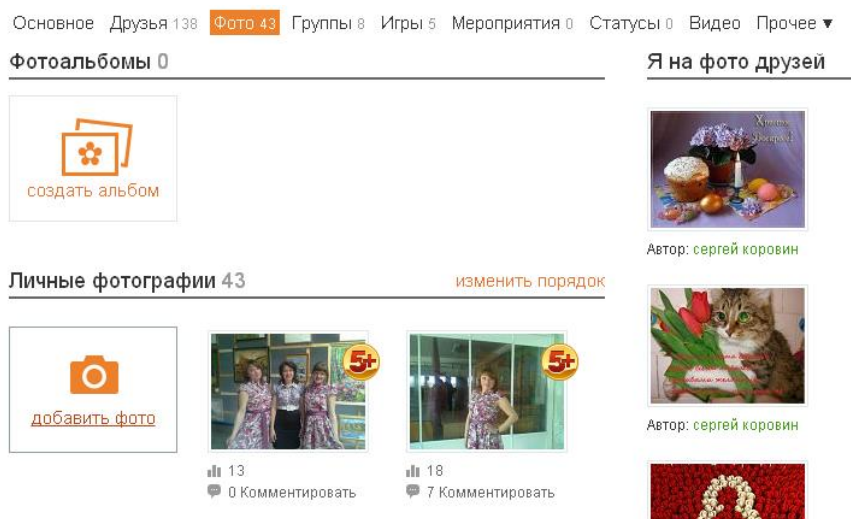


Рис.1

3. Найдите и подружитесь со своими одноклассниками и другими друзьями. Зайдите во вкладку Друзья→Поиск новых друзей. Введите имя, возраст, страну проживания и город, где живет ваш друг. Предложите дружбу.

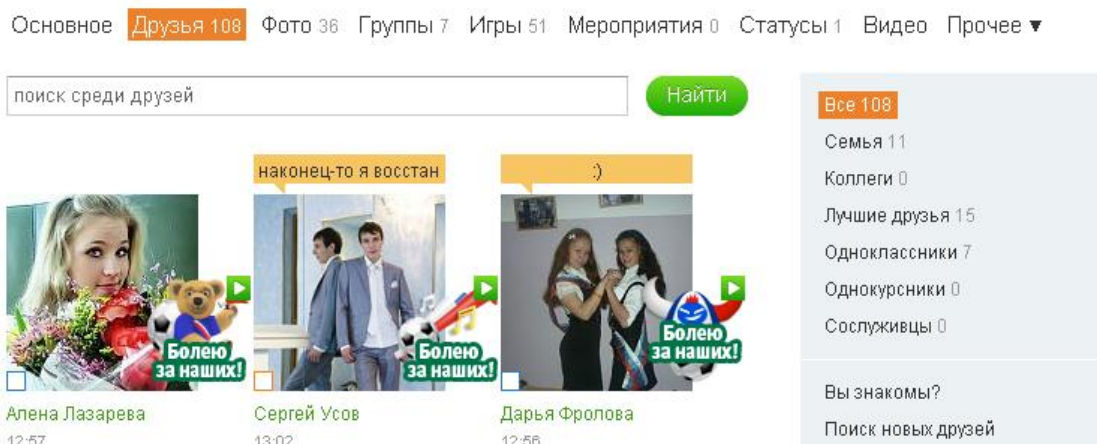


Рис.2

4. Исследуйте содержание и предназначение следующих вкладок: «Моя страница», «Сообщения», «Обсуждения», «Оповещения», «Гости», «Оценки», «Музыка» «Видео».

2. Заполнить личную страницу в контакте.

1. Зайдите на <https://vk.com/>. Войдите на свою личную страницу, введя свой логин и пароль.

2. Загрузите фотографии. Слева откройте вкладку «Мои фотографии». Затем выберите функцию Добавить новые фотографии и загрузите фотографии имеющиеся на вашем компьютере. Рис.3

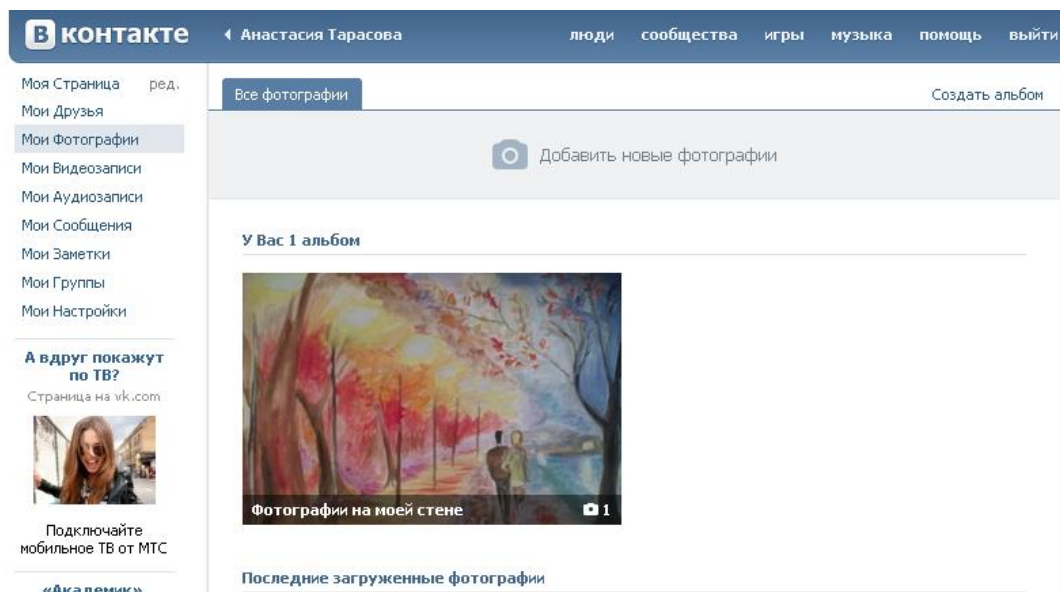


Рис.3

3. Пригласите своих одноклассников в друзья: Мои друзья→Пригласить друга. В открывшейся заполнить необходимые поля для поиска друга: имя, фамилия, телефон (если известно) и т.д.

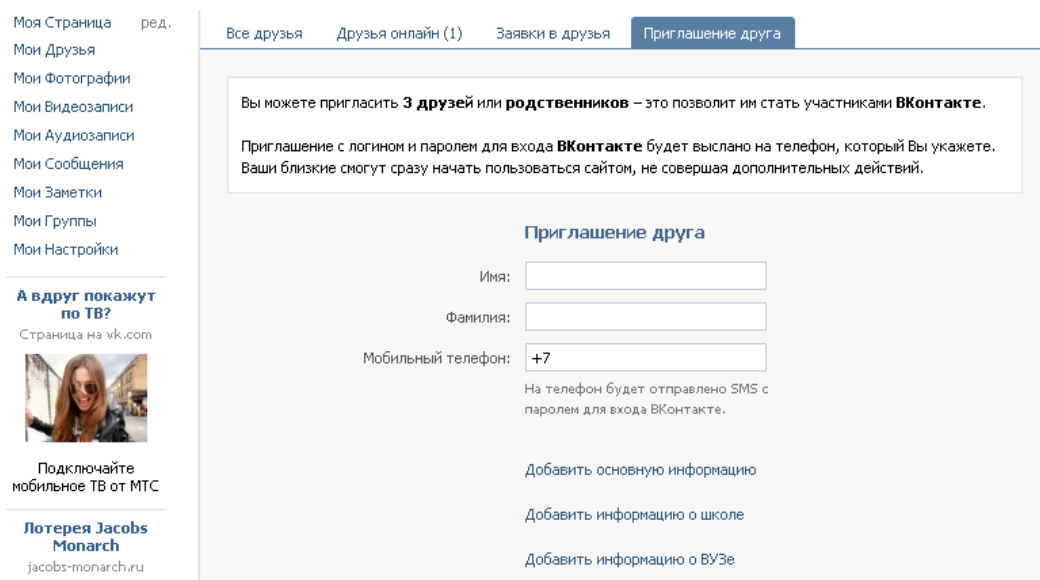


Рис.4

4. Исследуйте содержание следующих вкладок: «Моя страница», «Мои друзья», «Мои видеозаписи», «Мои аудиозаписи», «Мои сообщения», «Мои заметки», «Мои группы», «Мои настройки».

Лабораторная работа №4 «Создание и ведение блога»

Цель работы: научиться создавать свой блог и публиковать на нем свои материалы

План работы:

1. Создать блог
2. Опубликовать сочинение на тему: «Значение социальных сетей для современного школьника»

Ход работы:

1.Создать свой блог

1.Зайдите на <http://blog.ru>. Найдите и кликните ПКМ на функцию «Создать свой блог» справа (Рис.1).

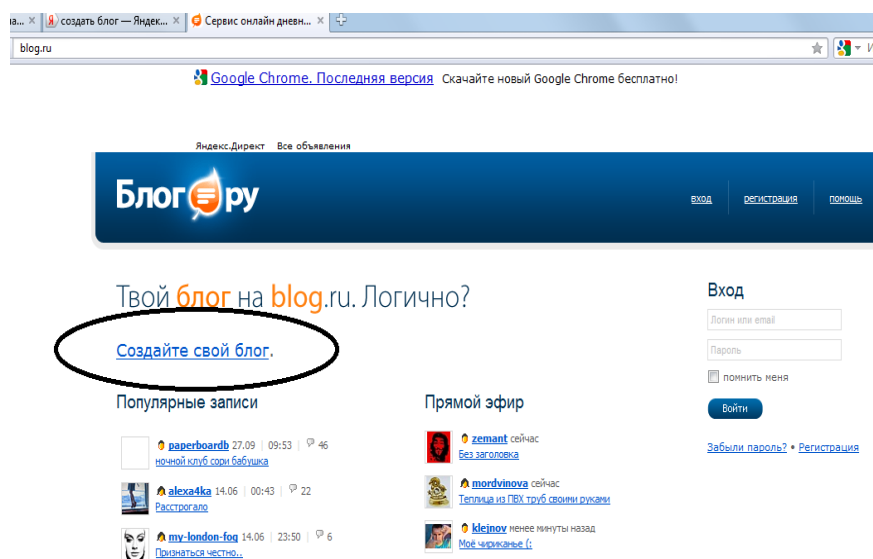


Рис. 1

Регистрация

.blog.ru
Проверить

Ваше имя и адрес вашего блога. Будьте внимательны - его нельзя изменить. От 3 до 16 символов

E-mail:
E-mail используется для получения регистрационной и другой технической информации

Пароль:
От 6 до 20 символов

Подтверждение пароля:
Повторите пароль

Пол:
☒ Мужской ☐ Женский

Код проверки:
Введите цифры с картинки. Это помогает нам избежать автоматических регистраций



☐ Импортировать мой старый блог

2. Введите необходимые данные для регистрации: наименование вашего блога, например, фамилия или имя; электронную почту и пароль для входа на страницу своего блога.

Если название вашего блога ни кем еще не занято, то справа будет метка «Свободно», если же все иначе – «Занято». Укажите ваш пол, введите код для активации. Затем поставьте галочку в поле «я согласен с условиями использования». Зарегистрируйтесь (Рис 2).

3. Если регистрация прошла успешно, откроется следующее меню (Рис. 3):

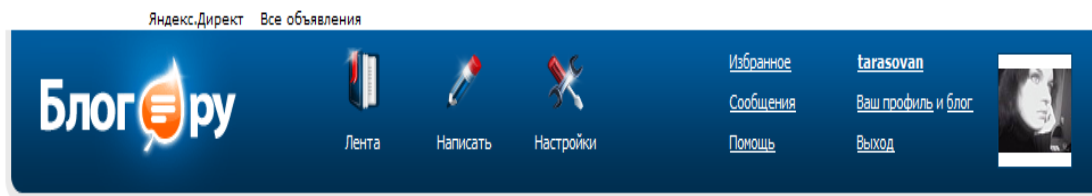


Рис. 3

Выберите Настройки→Основное и заполните основные о себе данные. Используя свою фотографию или же понравившуюся картинку загрузите аватара: обзор→файл из необходимой папки→загрузить. После всех настроек обязательно сохраните.

2. Опубликовать сочинение на тему: «Значение социальных сетей для современного школьника»

1. В разделе главного меню «Написать» откройте вкладку визуальный редактор. Укажите заголовок «Значение социальных сетей для современного школьника». Ниже выразите свои мысли на данную тему. После всего нажмите «опубликовать».

2. Результат просмотрите, выйдя на свою страницу, нажав на выбранный вами логин справа рядом с аватаром (Рис. 4, Рис. 5).

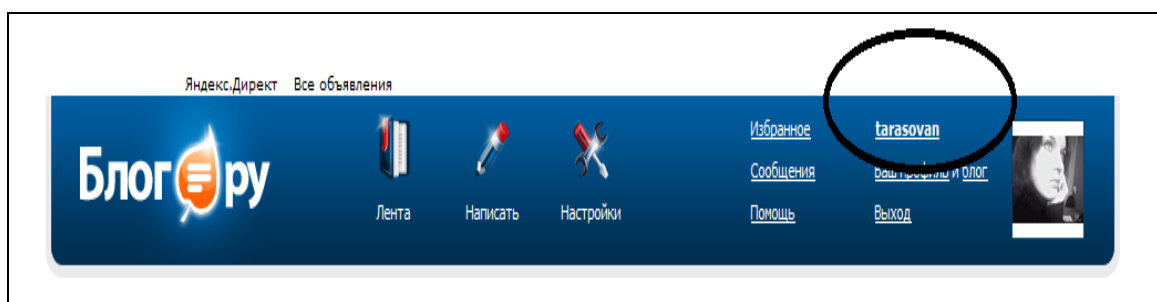


Рис 4.

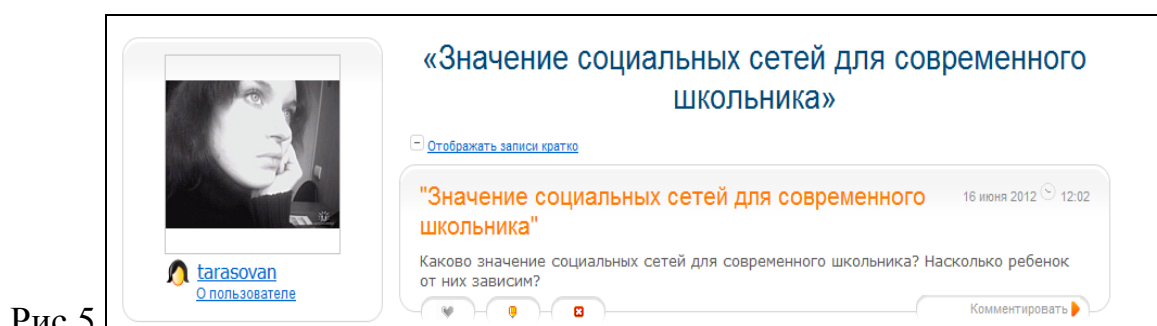


Рис 5.

Завершите работу. Не забудьте адрес своего блога: вашлогин.blog.ru

Лабораторная работа №5 «Загрузка видео на Youtube»

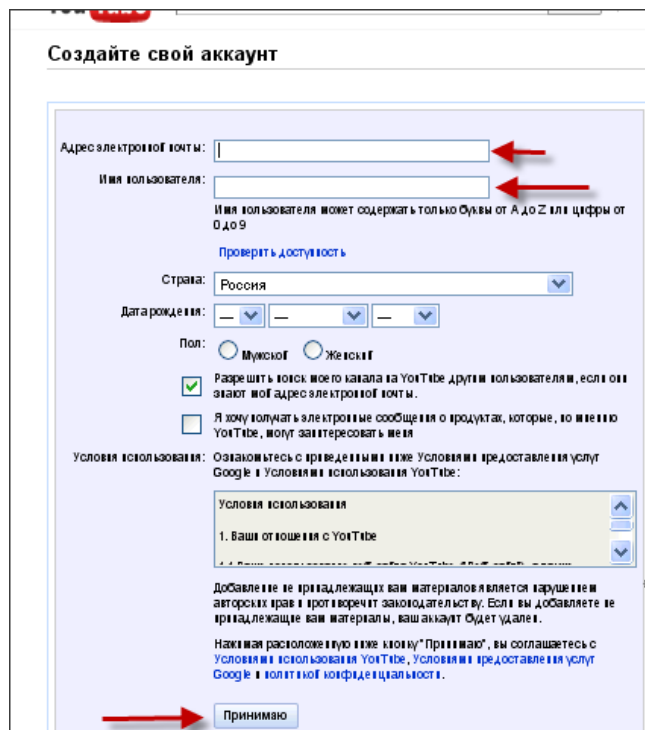
Цель работы: научиться загружать видео в сетевые медиахранилища

План работы:

1. Создать свой аккаунт
2. Загрузить видео на Youtube

Ход работы:

1.Создать свой аккаунт



1.Зайдите на <https://www.youtube.com/>, и создаём свой аккаунт (Рис.1).

2. В поля соответствующие вносим данные свои. Если у Вас уже есть аккаунт (эл.почта на Google), этот этап можно пропустить.) Принципиально важно, вашу персональную страницу на You Tube назвать именем же вашим, а не псевдонимом. Вводите данные латинскими буквами. Поставьте галочку в поле "Разрешить искать по электронному адресу (например, я не против, что бы мой ролик искали). Жмём "Принимаю".

3.Введите свой пароль (Рис.2)

4.Зайдите в свою электронную почту, указанную при регистрации, и нажмите на активационную ссылку.

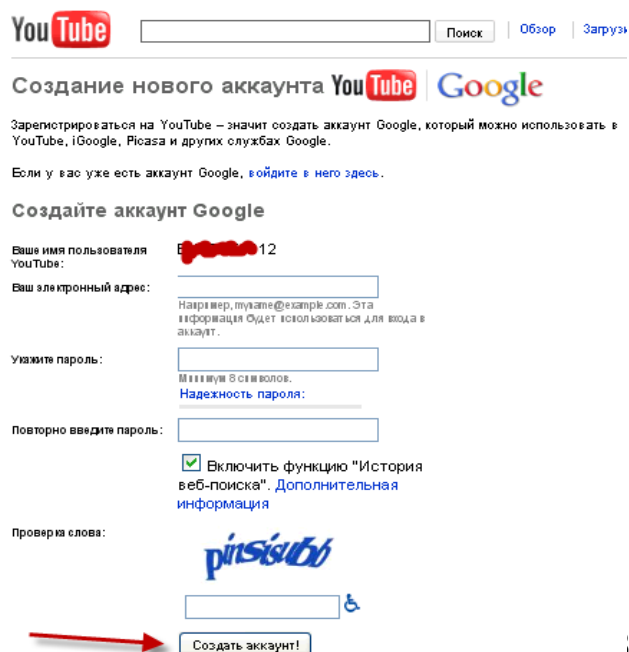
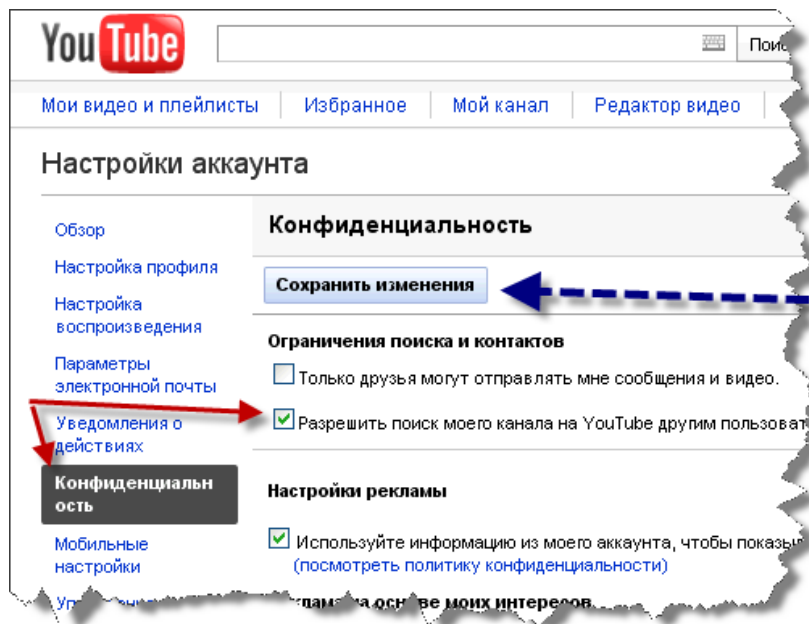


Рис.2

2. Загрузить видео на Youtube



1. После открытия аккаунта на YouTube, через несколько минут, перед тем как загрузить видео, важно решить, ваш видео-канал будет доступен всем абсолютно, или вы будете допускать к просмотру своих роликов по своему усмотрению. Выберем

всеобщий доступ. (Рис.3)

Рис.3

2.3. Загружаем видео (Рис.4)

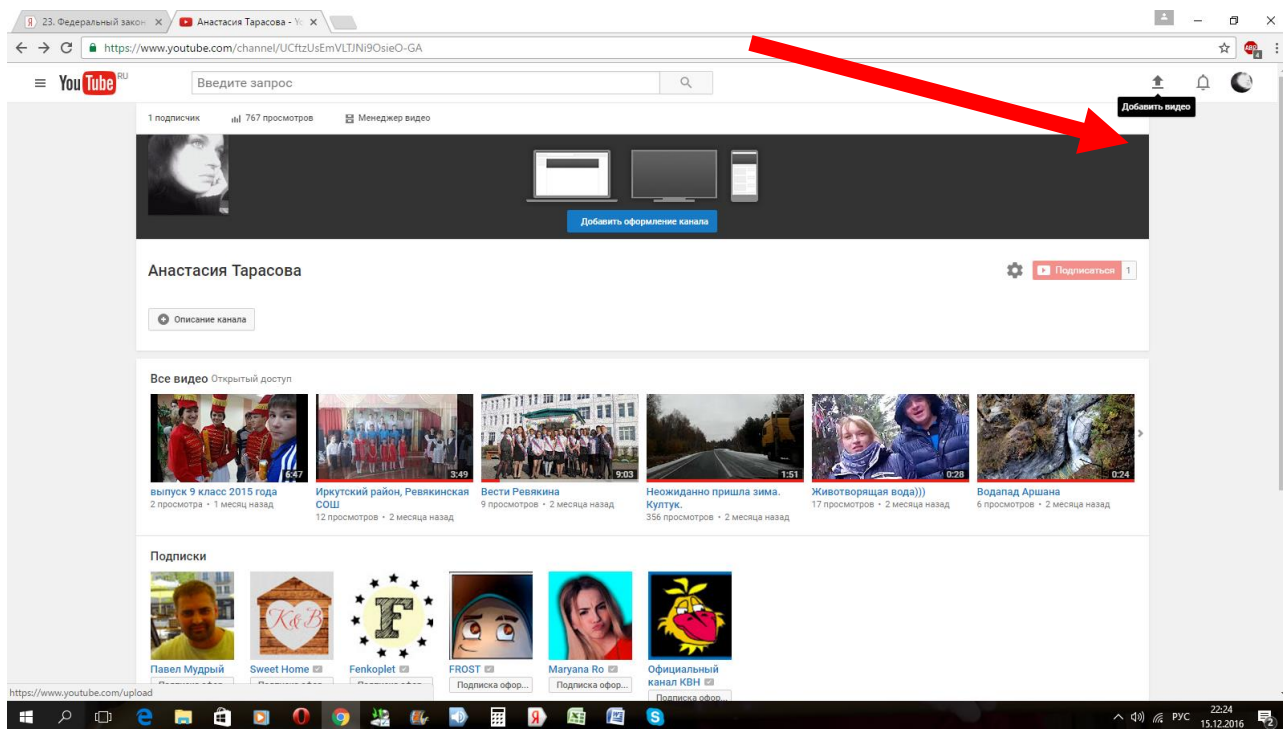


Рис.4

Нажимаем вкладку "Добавить видео" - выбираем видео файл на своём компьютере. (Рис.5)

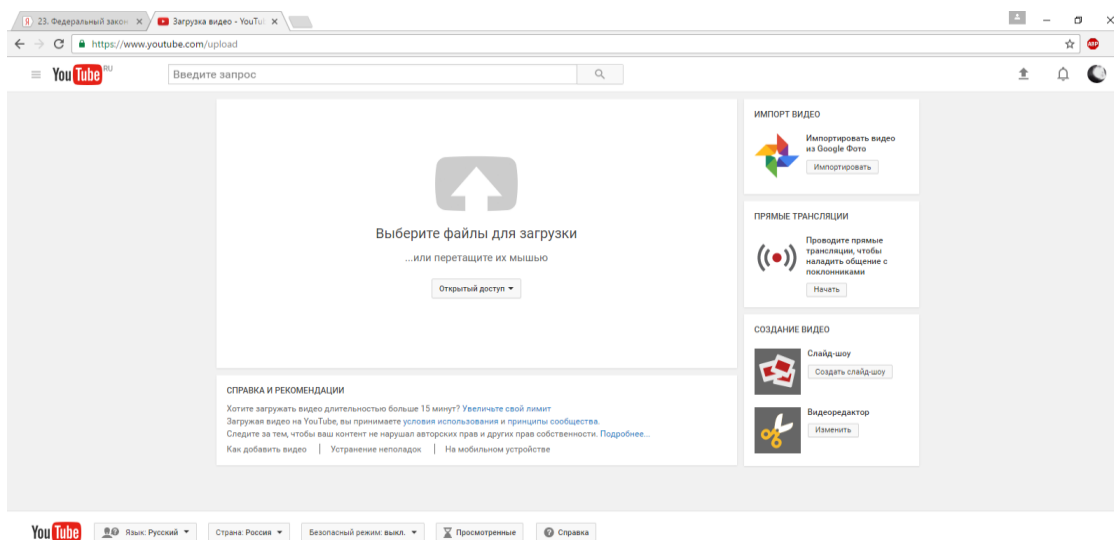


Рис.5

Пока грузиться видео файл необходимо подобрать название нашему ролику. Подобрать описание соответствующее (Рис.6). А также, теги (ключевые слова, благодаря которым можно будет найти наше видео).

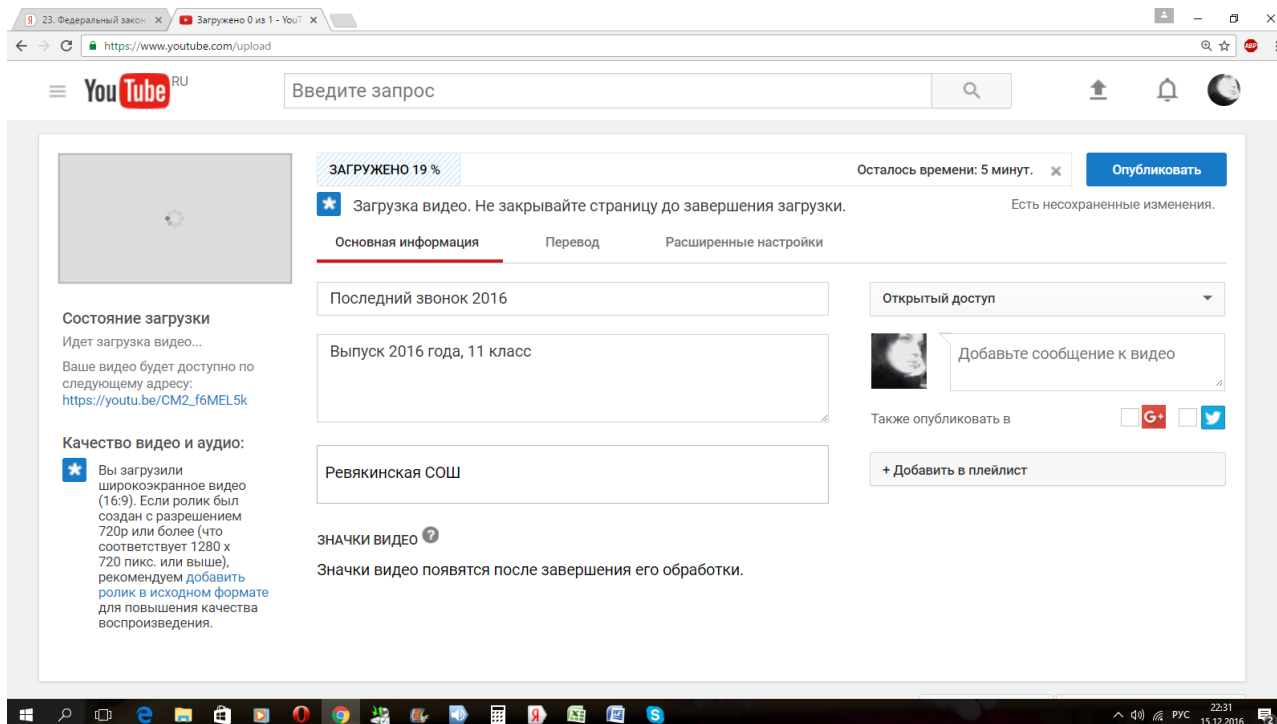


Рис.6

Лабораторная работа №6 «Информационная безопасность»

Цель работы: научиться устанавливать пароль на компьютер

План работы:

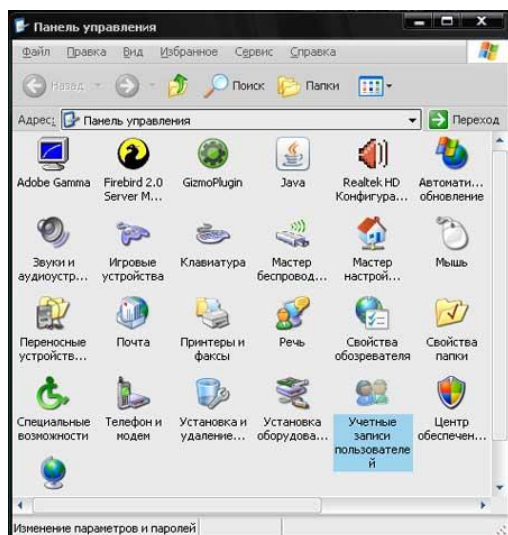
1. Создать свой пароль на компьютер
2. Создать пароль на папку.

Ход работы:

1.Создать свой пароль на

компьютер

1.Для начала, запустите программу Учетные записи пользователей в окне Панель управления (Пуск→Панель управления → учетные записи пользователей (Рис.1);



2.Выберите учетную запись, для которой необходимо добавить подсказку к паролю (Рис.2);

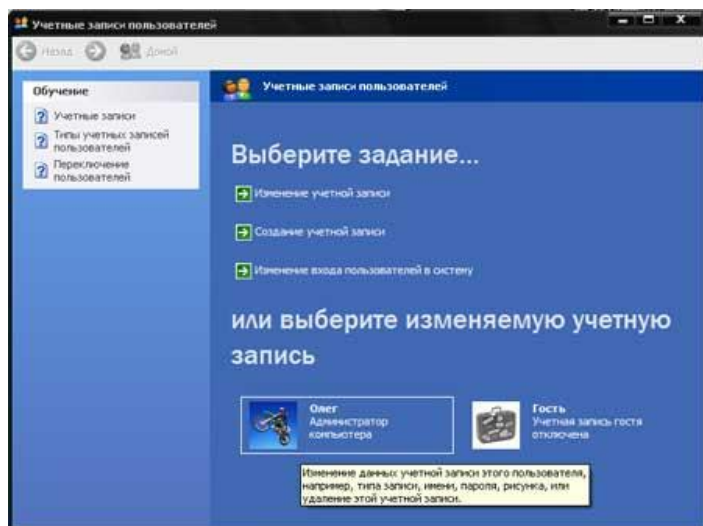


Рис.2

3.Щелкните на кнопке Создание (Изменение) пароля (Рис.3);

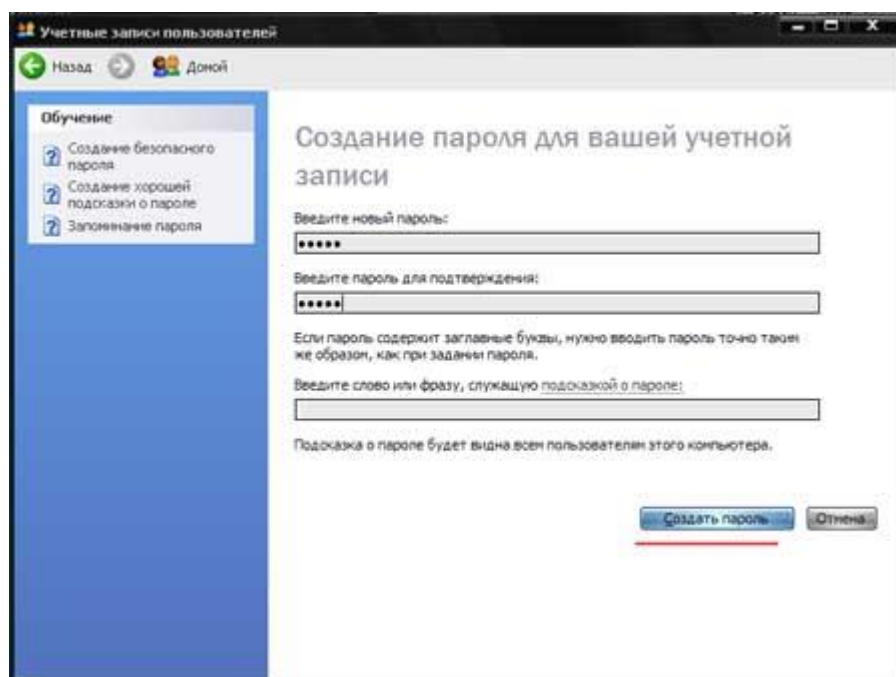
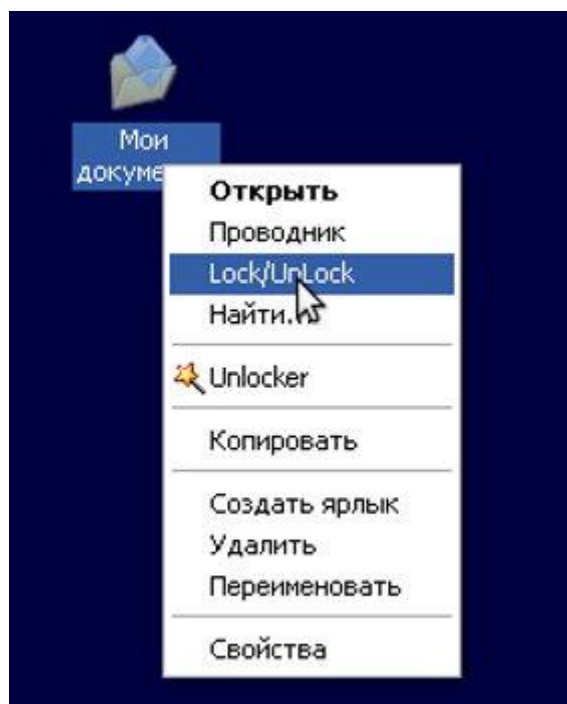


Рис.3

4. Введите пароль в двух полях ввода (пишите пароль на английском языке) (Рис. 3). В нижнем поле можно ввести подсказку к паролю. Щелкните на кнопке Создать (Изменить) пароль. Для большей безопасности можете ещё перейти Пуск → Панель управления → Электропитание и там во вкладке Дополнительно поставить галочку «Запрашивать пароль при выходе из Ждущего режима».

2. Создать пароль на папку.



1. На компьютере должна быть установлена программа для установки пароля на папку DirLock. После того, как программа установлена в контекстном меню проводника (меню, которое появляется при щелчке по файлу/папке правой кнопкой мыши) появился новый пункт меню - Lock/Unlock. Нам нужно поставить пароль на папку "Мои документы". Для этого нужно щелкнуть правой кнопкой мыши по папке и

выбрать пункт Lock/Unlock, как показано на рисунке выше на Рис.4. Щелкнув по этому пункту меню вы увидите новое окно, в котором необходимо ввести пароль для доступа к папке. (Рис.5)



Рис.5

2. Пароль вводим дважды, чтобы быть уверенным, что пароль верен и мы не допустили опечатки. Жмем кнопку "Lock" и все. Теперь Ваша папка недоступна другим пользователям. При попытке открыть эту папку появится сообщение об ошибке (Рис.6)

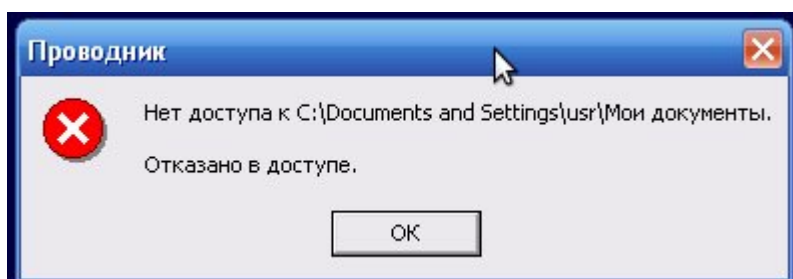


Рис.6

3. Чтобы открыть доступ к папке всем пользователям достаточно опять щелкнуть правой кнопкой по папке и выбрать пункт Lock/Unlock и ввести пароль, который мы вводили ранее.

Приложение 2. «Итоговый тест к элективному курсу»

1. Напишите определение информационного общества:

2. Укажите критерии информационной культуры:

- умение адекватно формулировать свою потребность в информации;
- умение культурно вести беседу;
- уметь писать и читать;
- эффективно осуществлять поиск нужной информации;
- умение перерабатывать информацию и создавать новую;
- умение адекватно отбирать и оценивать информацию;
- наличие компьютерной грамотности

3. Что можно отнести к информационному шуму:

- Реклама;
- Пропаганда;
- Шум стройки под окном;
- Звук модернизированного пылесоса;
- Спам.

4. Виртуальная площадка, связывающая людей в сетевые сообщества с помощью программного обеспечения, компьютеров, объединенных в сеть (Интернет) и сети документов (Всемирной паутины) – это:

- Социальная сеть;
- Социальный сетевой сервис;
- Социальный поисковый сервис.

5. Платформа, онлайн сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений – это:

- Социальная сеть;

- Социальный сетевой сервис;
- Социальный поисковый сервис.

6.Блог – это...

- персональный сайт, который состоит в основном из личных записей владельца сайта и комментариев пользователей к этим записям;
- веб-сайт, основное содержимое которого — регулярно добавляемые записи, изображения или мультимедиа;
- видеоролик выложенный на интернет странице.

7.Человек ведущий блог:

- блогмен;
- блоггер;
- блогерест.

8.Совокупность всех блогов Сети принято называть:

- блогосферой;
- блогомиром;
- блогосегментом.

9.Веб-приложение, объединяющее данные из нескольких источников в один интегрированный инструмент, например, при объединении картографических данных Google Maps с данными о недвижимости с Craigslist получается новый уникальный веб-сервис, изначально не предлагаемый ни одним из источников данных.

- Twitter;
- Мэшап;
- Фэшин.

10.Напишите определение информационной безопасности:

11. Укажите существенные признаки информационной безопасности:

- Секретность;
- Конфиденциальность;
- Целостность;
- Понятность;
- Доступность.

12. Правила, директивы, сложившаяся практика, которые определяют, как в пределах организации и её информационно-телекоммуникационных технологий управлять, защищать и распределять активы, в том числе критичную информацию – это...

- Политика безопасности информационно-телекоммуникационных технологий;
- Политика информационной безопасности;
- Политика информационно-телекоммуникационной безопасности.

13. К социальным сетям относится:

- vk.com;
- Одноклассники.ru;
- Мой Мир@mail.ru;
- Гайдпарк;
- В кругу друзей.

14. Напишите определение вики (kwiki)

15. Сервисы для совместного хранения медиафайлов:

- Сетевые медиахранилища;
- Социальные медиахранилища;
- Мультимедиахранилища.