

Конспект открытого урока

«Социальные информационные технологии»

ФИО, должность

Фролова Марина Владимировна,
учитель информатики

Место работы

ГБОУ гимназия г. Сызрани

Класс

10

Тема урока

Социальные информационные технологии
(40 минут).

Базовый учебник

Бешенков С.А. Информатика. Системный курс:
Учебник для 10 класса / С.А. Бешенков, Е.А.
Ракитина – М.:БИНОМ. Лаборатория знаний.

Дата проведения

20.11.2014

Место проведения

ГБОУ гимназия г. Сызрани

Уровень

Окружной

**Электронные
образовательные
ресурсы**

1. <http://school-collection.edu.ru/>
2. <http://www.metodist.lbz.ru>
3. videouroki.net

**Использование
дистанционных технологий
для получения
и проверки домашнего задания.**

Цель урока: знакомство с социальными информационными технологиями, знакомство с основными понятиями социальных информационных технологий.

Задачи:

Образовательные:

1. Ознакомить учащихся с понятием «социальные информационные технологии» как социального и культурного феномена.
2. Формировать системно-информационный подход к анализу окружающего мира.
3. Формирование общеучебных и общекультурных навыков работы с информацией.

Развивающие:

1. Развивать критическое отношение к информации.
2. Развивать внимание, логическое мышление.
3. Развивать способности к продуктивным действиям с информацией.

Воспитательные:

1. Развивать умения и навыки работы в паре, группе.
2. Формировать гражданскую позицию восприятия различных видов информации.

Тип урока: урок ознакомления с новым материалом.

Форма урока: урок-практикум.

Оснащение урока:

- ноутбук;
- мультимедийный проектор;
- экран (плазменная панель);
- раздаточный материал – стихотворение А.С. Пушкина «Анчар».
- компьютерный класс.

План урока:

I. Организационный момент.

1. Приветствие.
2. Сообщение темы и цели урока.

3. Краткий инструктаж по технике безопасности в компьютерном классе.
4. Разминка «Виды информации».

II. Основная часть урока.

1. Знакомство с социальными информационными технологиями.
2. Знакомство с основными понятиями социальных информационных технологий. Выявление сходства и различий социальных информационных технологий.
3. Выполнение задания с использованием социальных информационных технологий.

III. Заключительный этап урока.

1. Контроль усвоенного на уроке.
2. Рефлексия.
3. Организованный конец урока.

Ход урока:

I. Организационный момент.

- 1. Приветствие.**

Здравствуйте, ребята!

Сообщение темы и цели урока.

Сегодня мы с вами проведем урок по теме «Социальные информационные технологии».

Краткий инструктаж по технике безопасности в компьютерном классе.

II. Основная часть урока.

Социальные информационные технологии это технологии, объектом которых является отдельный человек, социальные группы или целые общества. Применение этих технологий ставит своей целью формирование у людей заранее заданных качеств. При анализе любой социальной информационной технологии подразумевается, что есть люди, которые её разрабатывают (разработчики), есть те, кто её применяет (заказчики), и есть люди, на которых она направлена как на объект воздействия. Любая социальная и (или)

информационная технология разрабатывается с некоторой целью. Эта цель всегда известна разработчикам и заказчикам ИТ, но она может быть известна или не известна тем, на кого направлена технология. В зависимости от этого будем выделять открытые социальные технологии и социальные технологии со скрытой целью.

Пример: процесс обучения в школе организован по определенной технологии. Цель этой технологии провозглашена в законодательстве страны и в Уставе школы. Цель применения технологии обучения любому предмету формулируется в государственных образовательных стандартах и конкретных программах учебного курса.

Учитель просит детей привести примеры открытых социальных технологий.

Дети называют: рекламные кампании и т.п.

К самым известным и распространенным социальным информационным технологиям можно отнести:

- рекламу;
- маркетинг;
- public relations.

Рассмотрим на примере, что это за технологии, в чем их отличия и как они «работают».

Пример: вспомним стихотворение А.С.Пушкина «Анчар». (*Один из обучающихся выразительно читает стихотворение*).

Анчар (Анчар - древо яда. (примечание Пушкина.).

В пустыне чахлой и скупой,
На почве, зноем раскаленной,
Анчар, как грозный часовой,
Стоит — один во всей вселенной.

Природа жаждущих степей
Его в день гнева породила,
И зелень мертвую ветвей
И корни ядом напоила.

Яд каплет сквозь его кору,
К полудню растопясь от зною,
И застывает ввечеру
Густой прозрачною смолою.

К нему и птица не летит,
И тигр нейдет: лишь вихорь черный
На древо смерти набежит —
И мчится прочь, уже тлетворный.

И если туча оросит,
Блуждая, лист его дремучий,
С его ветвей, уж ядовит,
Стекает дождь в песок горючий.

Но человека человека
Послал к анчару властным взглядом,
И тот послушно в путь потек
И к утру возвратился с ядом.

Принес он смертную смолу
Да ветвь с увядшими листами,
И пот по бледному челу
Струился хладными ручьями;

Принес — и ослабел и лег
Под сводом шалаша на лыки,
И умер бедный раб у ног
Непобедимого владыки.

А царь тем ядом напитал
Свои послушливые стрелы

И с ними гибель разослал
К соседям в чуждые пределы.

В данном случае ситуация жестокая, но весьма определённая: царь определил цель – получить яд. Он реализует эту цель – посыпает за ним к Анчару раба, который добывает яд, но умирает сам. Этот способ решения проблемы можно назвать...? (*обучающиеся пытаются сформулировать название способа*).

Ответ: командно-административным.

Если перейти на социальные информационные технологии, то решение той же проблемы выглядело бы так: перед дворцом царя появляется большое красочное объявление:

Яд дерева АНЧАР!

- Страшен для врагов, безопасен для друзей!



- Анчар – и ты ПОБЕДИТЕЛЬ!

- По вопросам указания дороги обращаться к Абдулле
- Надежность и конфиденциальность гарантированы

Учитель спрашивает обучающихся: Очевидно это...?

Ответ обучающихся: РЕКЛАМА.

Далее предположим, к царю приходит некто и рассказывает, что в пустыне растёт замечательное дерево, которое было бы полезно для его (царя) милитаристских целей, что оно обладает ядом такой силы, что все соседи сразу склонят перед ним головы. Дорогу к этому дереву некто покажет исключительно из уважения к владыке и за совершенно ничтожную плату.

Учитель спрашивает обучающихся: Очевидно это...?

Ответ обучающихся: МАРКЕТИНГ.

Наконец, к царю приходит раб и говорит, что он слышал, какое есть замечательное дерево Анчар, и он готов принести необходимый для царя яд в обмен на свободу.

Учитель спрашивает обучающихся: Очевидно это...?

Ответ обучающихся: PUBLIC RELATIONS.

Учитель спрашивает обучающихся: как на их взгляд выглядят данные технологии как предписания или как информирование, которое должно помочь царю выбрать правильное решение: быть завоевателем или гуманистом? Дискуссия обучающихся. Резюме учителя: внешне это всегда выбор, но, по сути, - это вполне определённое предписание.

Учитель акцентирует внимание обучающихся на том, что реклама никогда не появится перед дворцом царя-пацифиста и к нему не придёт специалист по маркетингу. Чтобы технология «сработала», её пользователи должны быть уверены, что имеют дело с царём-агрессором, которому очень нужна территория соседей. Тогда есть гарантия, что он обязательно узнает от заинтересованных лиц путь к дереву смерти – Анчару.

Приведенный пример показывает, что перечисленные социальные информационные технологии (а на самом деле и другие схожие технологии) основаны на одной и той же идее – препарирование (изменение, искажение и т.п.) реальной ситуации: преувеличение одних сторон и скрытие других. Так ни одна из технологий не подчёркивает тот факт, что сбор яда от дерева Анчар – смертельно опасное занятие («и умер бедный раб у ног непобедимого владыки...»). А ведь это – существенный признак объекта, но знание о нём наносит вред коммерческим интересам, а поэтому и реклама, и маркетинг, и public relations о нём «скромно» умалчивают.

Ребята вам известно, что такое СЕНСАЦИЯ? (*Обучающиеся пытаются сформулировать определение сенсации*). Большинство из людей не отдают себе отчета, что сенсация – один из многих видов социальных

информационных технологий. Сенсация – это сообщение о событии, которому придаётся столь важная значимость и уникальность, что на них концентрируется и определённое время удерживается внимание публики. Под прикрытием сенсации можно или умолчать о важном событии, которое в обществе не должны заметить, или прекратить скандал, но так, чтобы о нём не вспоминали. Подготовка сенсации – нередко кропотливая и дорогостоящая работа, которую выполняют высокопрофессиональные специалисты.

Задание

Сегодня мы попытаемся использовать социальные информационные технологии для изготовления рекламы ЕГЭ (единого государственного экзамена). Цель нашей рекламы сделать так, чтобы выпускники очень захотели сдать ЕГЭ и с довольно высокими баллами. Обычно, сначала это задание вызывает негативную реакцию и непонимание, как можно рекламировать ЕГЭ. Учитель приводит пример рекламы продукции завода, производящего бетон (или цемент). Перед производителями рекламы стоит непростая задача – прорекламировать серую и непривлекательную бетонную массу. Но производители рекламы и маркетологи рекламируют бетон в контекстах значимости и важности для строительства объектов, качества, цены и т.д. Вот и вы сделайте рекламу ЕГЭ в контексте социальной и личностной значимости. Сделайте это ярко, информативно, незабываемо. Так, чтобы выпускники, увидев вашу рекламу «побежали» сдавать ЕГЭ.

Домашнее задание (обучающиеся печатают ответы в текстовом процессоре и присыпают по электронной почте учителю (использование дистанционных технологий):

1. Из курса истории России приведите примеры использования открытых социальных информационных технологий и социальных информационных технологий со скрытой целью.
2. Придумайте ситуацию, когда использование социальных информационных технологий со скрытой целью является оправданным и способствует утверждению духовных ценностей в обществе.

3. Из курса обществознания вы знаете, что в Торговом обществе подавляющее число вещей является товаром, включая информацию. К какой категории товаров следует отнести информацию?

Заместитель директора по УВР_____ /Н.В. Безухова/