

позволяет сделать каждый урок увлекательным и неповторимым. Использование данных элементов в обучении существенно повышает уровень знаний по информатике, творческую активность учащихся. Компьютерная графика развивает творческие способности любого ребенка. Она интересна и полезна, так как дает возможность работать с различными видами графики. Учит детей сравнивать виды изображений, видеть возможности и преимущества графических редакторов.

Подводя итог, можно сказать, что важнейшая задача развития творческого воспитания ребенка в том, чтобы сформировать эстетическую культуру личности, вызовом современного информационного общества. Компьютерное искусство стало существенной реальией жизни человека. Мы все сталкиваемся с его произведениями практически в любой сфере деятельности. Современный ребенок обречен на их эстетическое, семантическое, смысловое освоение. Задача воспитания – оптимизировать это освоение в управляемом педагогическом процессе в целях гармонического развития творческой личности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Шумакова, Е.В. Воспитательное пространство социальных сетей интернета / Е.В. Шумакова // Профессиональное образование. Столица. – 2011. – № 6. – С. 39-40.

2. Угринович, Н. Преподавание курса «Информатика и ИКТ» в Основной истаршей школе в 7-11 классах: метод пособие / Н. Угринович. – М.: Бином, Лаборатория знания, 2005. УДК 37.032

Ширневич А.И., Босая Т.А.

ИССЛЕДОВАНИЕ АУДИТОРИИ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

БНТУ, г. Минск

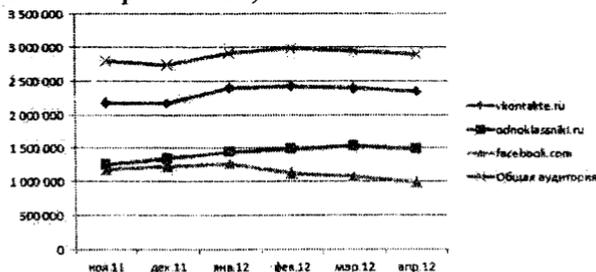
Научный руководитель: Зуёнок А.Ю.

Социальная сеть в Интернете – самое популярное и востребованное средство коммуникации, являющееся средством

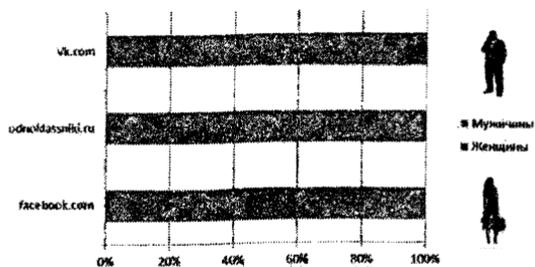
обеспечения сервисов, связанных с установлением связей между его пользователями и соответствующими их интересам информационными ресурсами, установленными на сайтах глобальной сети.

Начало эпохи социальных сетей началось 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 пиком социальных сетей принято считать 2003-2004 годы, когда были запущены такие социальные сети как LinkedIn, MySpace и Facebook. В Россию и Беларусь мода на социальные сети пришла двумя годами позже – в 2006, с появлением Одноклассников и ВКонтакте. И если LinkedIn создавалась с целью установления/поддержания деловых контактов, то создатели 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. Социальные сети стали своего рода «Интернет-пристанищем», где каждый может найти техническую и социальную базу для создания своего виртуального «Я».

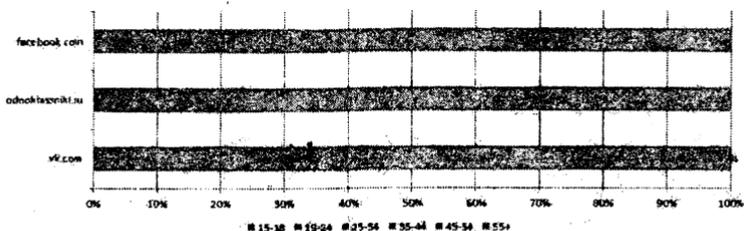
Исследовательская компания Gemius представила данные по аудитории ведущих социальных сетей в Беларуси за полгода (ноябрь 2011- апрель 2012).



Как видно, из графика самой популярной социальной сетью в Беларуси была и остается «ВКонтакте». С учетом пересечения аудиторий, общий охват колеблется в рамках 67,37%-70,28%.



Можно заметить, что женщины посещают подобные сайты заметно чаще мужчин, независимо от социальной сети. Мужчин больше и среди тех, которые не являются участниками ни одной из социальных сетей.



Если рассматривать аудиторию по возрасту, то можно заметить, что «Одноклассники» чаще посещают люди в возрасте 25-44 лет, тогда как аудитория «В контакте» в основном состоит из молодёжи до 24 лет. Сервисом «facebook» наиболее интенсивно пользуются респонденты не старше 34 лет. Большинство являются пользователями сразу нескольких социальных сетей [2].

По данным за март 2012, пользователи таких социальных сетей, как «ВКонтакте» и «Одноклассники», вывели эти ресурсы на третье место по количеству посещений в среднем за день, неделю и месяц, оставив позади таких серьезных конкурентов, как проекты компании Google и Youtube. Ежемесячная аудитория наиболее популярных сетей сегодня колеблется от 15 до 30 миллионов человек. При этом среднее время, проведенное на сайте, довольно сильно колеблется – от 35 минут «ВКонтакте», до 4 минут, в Facebook. Регулярность посещений

сетей: 81% посетителей «ВКонтакте» и 77% посетителей «Одноклассники» заходят на данные ресурсы не реже 1 раза в неделю. В отличие от аудитории Facebook и Twitter, где доля посетителей, использующих аккаунты с такой же частотой, составила всего 10-11% от общего числа пользователей. В целом, рост аудитории социальных сетей в последние годы происходит среди взрослой аудитории. Из этого можно сделать вывод о том, что в ближайшем будущем подобные ресурсы станут не только уделом подростков и молодых людей до 30 лет, но и превратятся в платформу для общения более зрелого поколения. Также исследователи выяснили, что интернет-пользователи в возрасте от 18 до 24 лет тратят на социальные сети 25% от общего времени, проведенного онлайн. Среди представителей возраста от 35 до 44 этот показатель составляет 17%.

УДК 004.032.6

Шумчик Г.Ч.

ВОЗМОЖНОСТИ МУЛЬТИМЕДИА ПРИ ПОДГОТОВКЕ ИНЖЕНЕРОВ-ПЕДАГОГОВ

БНТУ, г. Минск

Научный руководитель: Кравченя Э.М.

В связи с растущим применением высоких технологий в процессе обучения, задача создания мультимедийного сопровождения при изложении различных учебных тем получила новый вектор развития.

Интенсификация обучения достигается за счет создания новых способов обучения, возможности хранить, пополнять, систематизировать и оперативно использовать банк знаний в любой области, за счет более высокой, чем при традиционных методах обучения, степени наглядности, возможностей широкого тиражирования опыта лучших преподавателей, отраженного в мультимедийных программных продуктах.