

**«Основные этапы развития
информационного общества.
Этапы развития технических
средств и информационных
ресурсов».**



- Информационные ресурсы



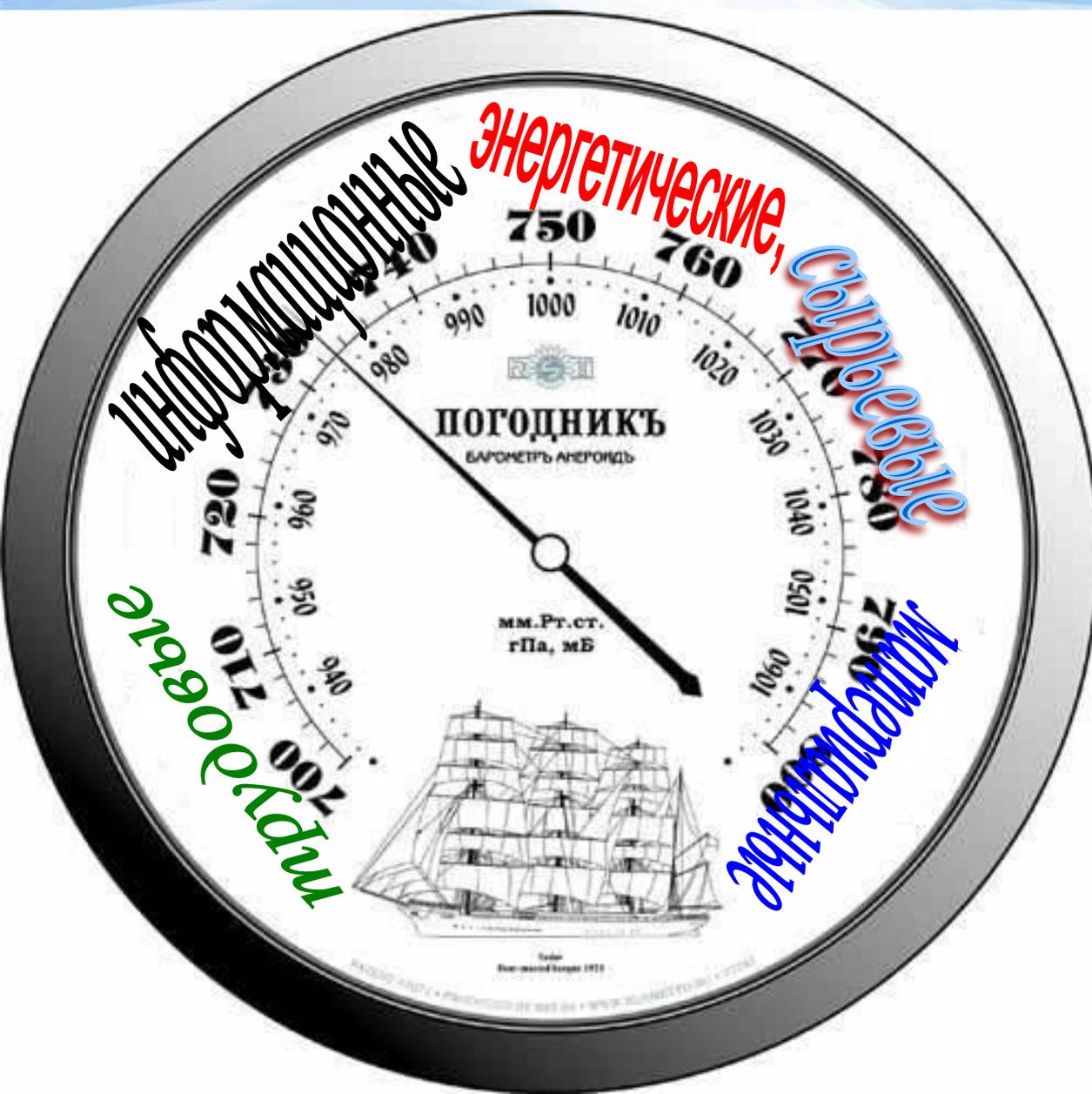
- **Ресурс — это запас или источник некоторых средств**





Традиционно различают следующие виды общественных ресурсов:

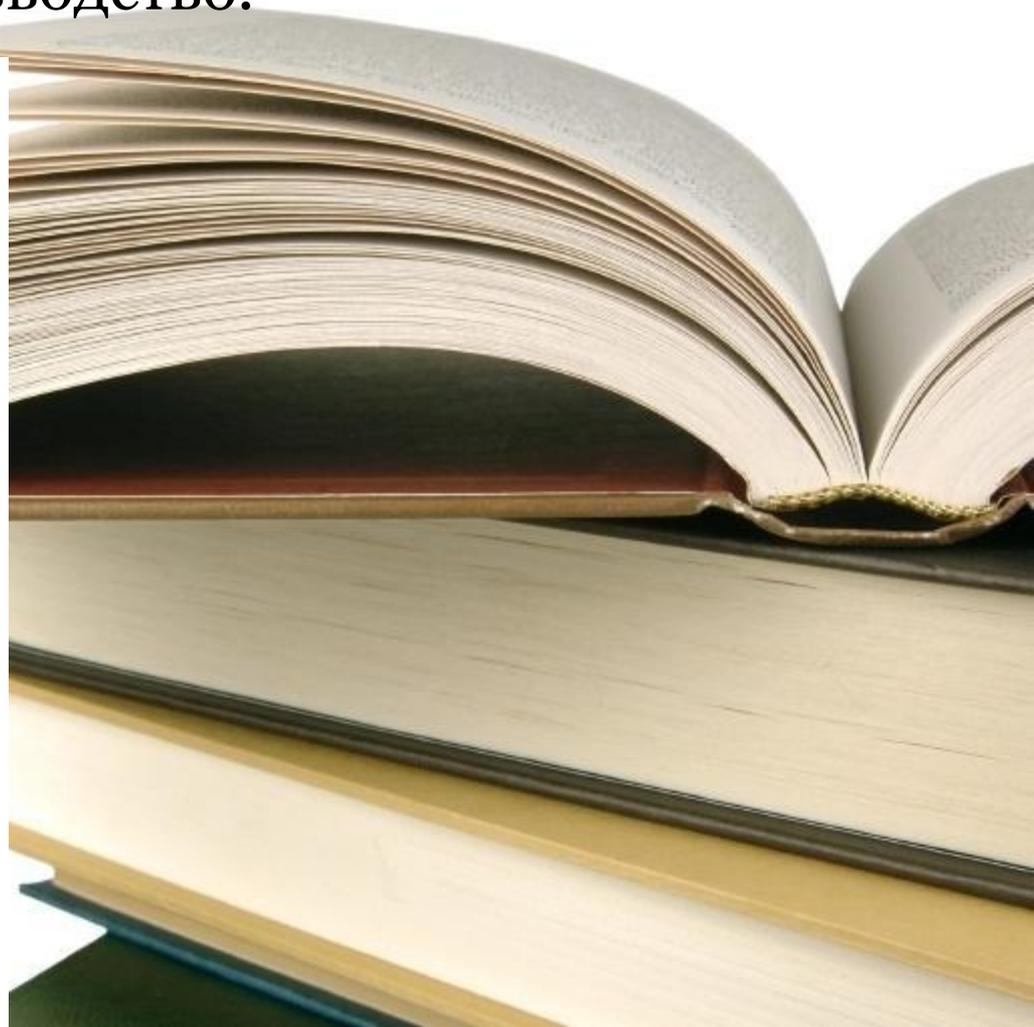
- **материальные,**
- **сырьевые (природные),**
- **энергетические,**
- **трудовые,**
- **финансовые.**

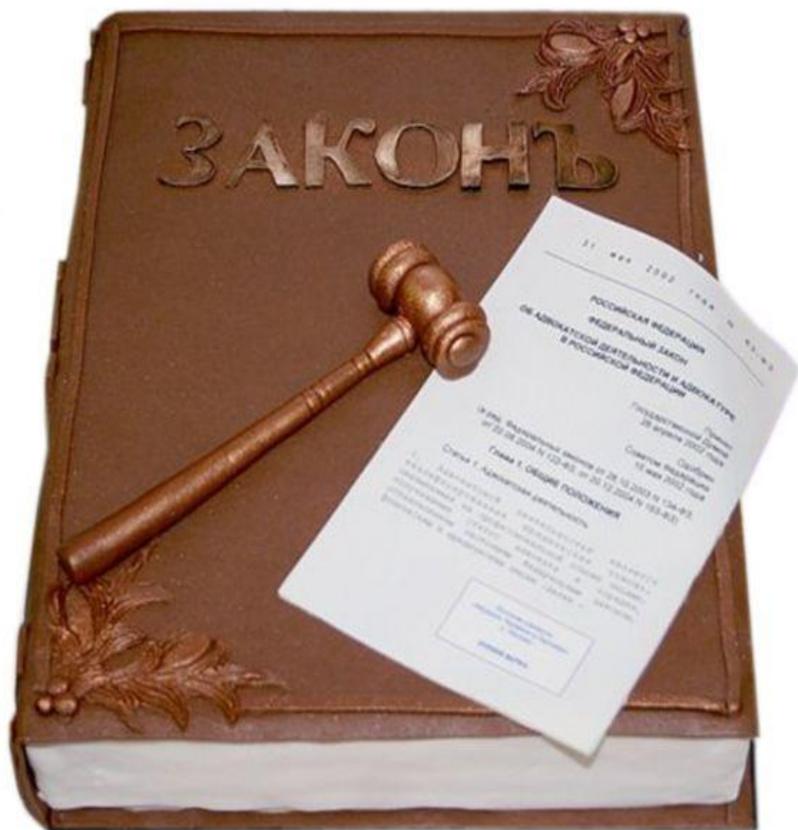


- В современном информационном обществе акцент внимания и значимости смещается с традиционных видов ресурсов на информационный ресурс



Информационные ресурсы – это идеи человечества и указания по их реализации, накопленные в форме, позволяющей их воспроизводство.





Информационные ресурсы — отдельные документы и отдельные массивы документов в информационных системах (библиотеках, архивах, фондах, банках данных, других информационных системах).



- Информационные ресурсы общества в настоящее время рассматриваются как **стратегические ресурсы**, аналогичные по значимости ресурсам материальным, сырьевым, энергетическим, трудовым и финансовым.



- **Информационные ресурсы (в отличие от всех других видов ресурсов — трудовых, энергетических, минеральных и т. д.) тем быстрее растут, чем больше их расходуют**





Развитие мировых информационных ресурсов позволило:

- превратить деятельность по оказанию информационных услуг в глобальную человеческую деятельность;
- сформировать мировой и внутригосударственный рынок информационных услуг;
- образовать всевозможные базы данных ресурсов регионов и государств, к которым возможен сравнительно недорогой доступ;
- повысить обоснованность и оперативность принимаемых решений в фирмах, банках, биржах, промышленности, торговле и др. за счет своевременного использования необходимой информации.



Информационный продукт — результат интеллектуальной деятельности людей, отражающий их представления о той или иной предметной области социальной активности общества.

Информационный продукт может распространяться такими же способами, как и любой другой материальный продукт, — с помощью услуг.

Основные виды информационных продуктов



Информационные продукты

(аналитические обзоры, статьи, доклады, монографии, справки и др.)

Библиотечная система:

- первоисточники и их копии;
- обзоры;
- каталоги, справки;
- рубрикаторы перспективных направлений

Система научно-технической информации:

- обзора;
- переводы;
- реферативные сборники;
- бюллетени новых поступлений;
- комплекты технической документации;
- журналы или их копии, в том числе электронные

Информационные центры различного начинания:

- базы данных по определенным направлениям деятельности общества;
- мультимедийные продукты;
- образовательные программы и методики



 **Информационная услуга** – получение и предоставление в распоряжение пользователя необходимых ему информационных продуктов.

При предоставлении услуги заключается соглашение (договор) между двумя сторонами – предоставляющей и использующей услугу.

Услуги

Ретроспективный поиск информации

Выпуск информационных изданий

Традиционные услуги научно-технической информации

Подготовка и оказание информационных услуг

Предоставление первоисточника

Обработка данных

Реферативные сборники

Переводы

Обзоры

Программное обеспечение

Библиографические указатели

Обзорные издания

Down loading

Дистанционный доступ к удаленным базам данных

Информационные технологии

Информационные системы

Справочные издания

Косвенный

Регулярный поиск

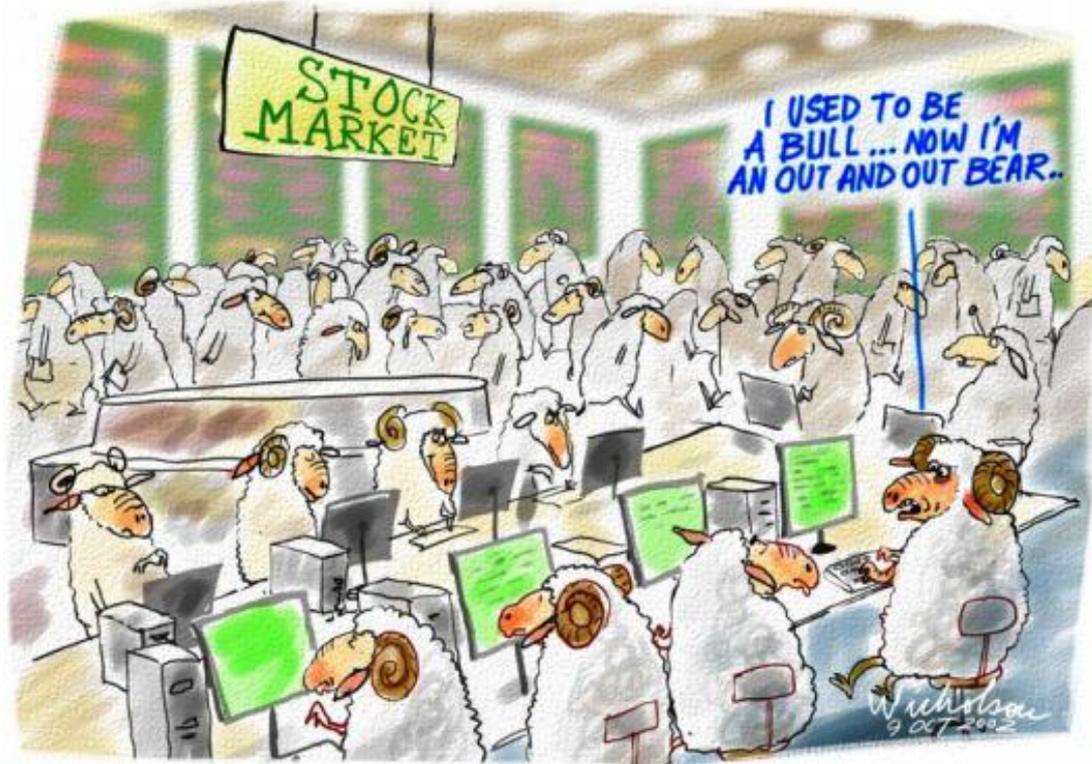
Непосредственный

Связь (телекоммуникационная и телефонная)





Рынок информационных продуктов и услуг — система экономических, правовых и организационных отношений по торговле продуктами интеллектуального труда на коммерческой основе.



Информационный рынок



Производители, собственники,
владельцы информационных
ресурсов

Пользователи (потребители)
информации

Информационный рынок

*Информация бытового характера о доступе к
обычным товарам и услугам*

*Информационные технологии,
компьютерные программы*

*Информация научно-технического характера
(патенты, авторские права, научные статьи)*

Базы данных, информационные системы

50-е годы 20 века

- Справочная информация различного рода;
- Электронная обработка информации на ЭВМ;
- Передача информации по сетям связи

Середина 70-х годов 20 века

- Электронные базы данных

Современное время

- Диалоговый поиск информации через глобальные национальные проблемно-ориентированные информационные сети



Поставщиками информационных продуктов могут быть:

- Центры, в которых создаются и хранятся базы данных;
- Службы связи и телекоммуникации;
- Бытовые службы;
- Специализированные коммерческие фирмы, занимающиеся куплей-продажей информацией (рекламные агентства);
- Неспециализированные фирмы, выпускающие «обычные» товары и в качестве дополнительной услуги – информацию о них;
- Консалтинговые фирмы;
- Биржи;
- Частные лица (программисты) и пр.



Потребителями информационных продуктов и услуг могут быть различные юридические и физические лица.

Выделим 5 секторов рынка информационных продуктов и услуг.

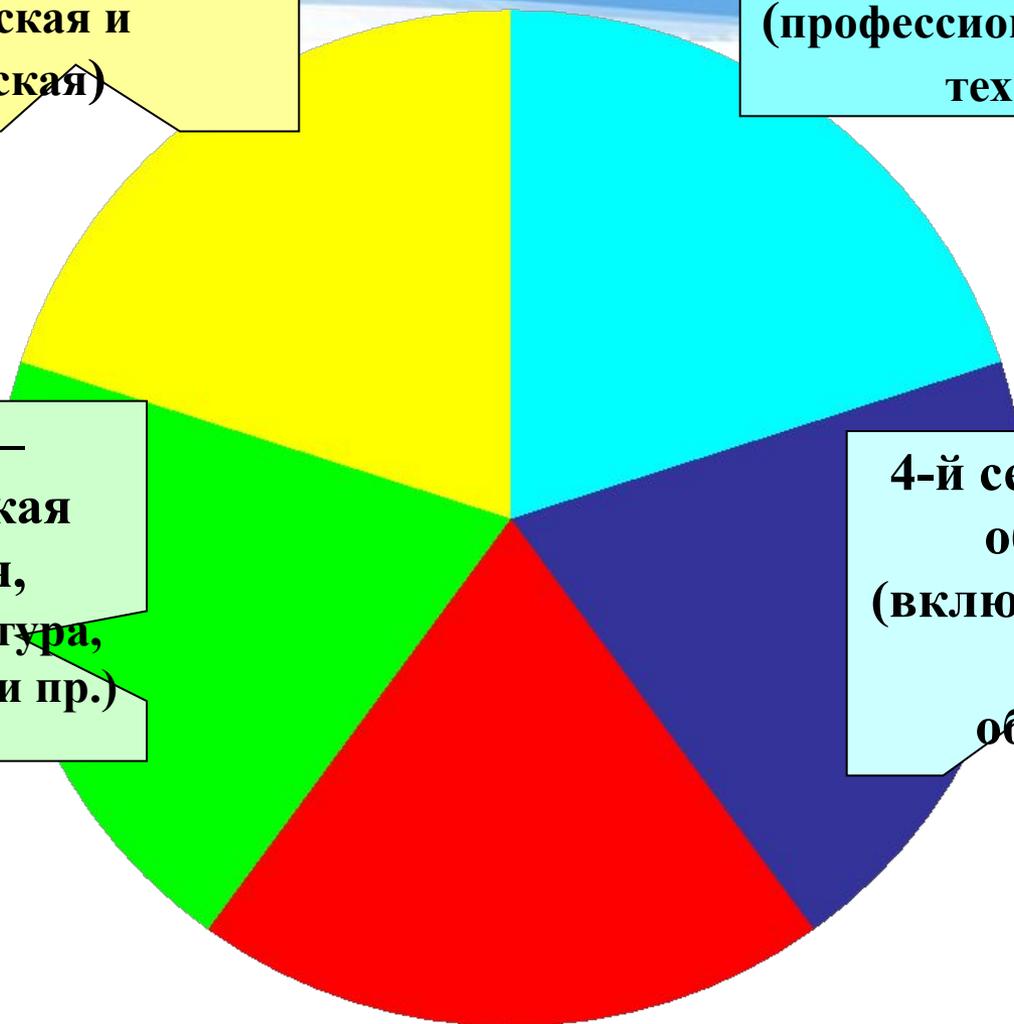
1-й сектор — деловая информация (финансовая, статистическая и коммерческая)

2-й сектор — информация для специалистов, (профессиональная, научная, техническая)

3-й сектор — потребительская информация, (новости, литература, развлекательная и пр.)

4-й сектор — услуги образования (включает все формы и ступени образования)

5-й сектор — обеспечивающие информационные средства, (программные продукты, технические средства, подготовка источников информации)





- **База данных** – совокупность связанных данных, правила организации которых основаны на общих принципах описания, хранения и манипулирования данными.

Классификация национальных информационных ресурсов



Национальные информационные ресурсы

Библиотечные ресурсы

Архивные ресурсы

Научно-техническая информация

Правовая информация

Информация государственных (властных) структур

Отраслевая информация

Финансовая и экономическая информация

Информация о природных ресурсах

Информация предприятий и учреждений

.....









