

ВИРТУАЛЬНЫЙ МЕДИА-КЛУБ  
**«ОБЛИК ЖЕНЩИНЫ»**  
<http://www.proshkolu.ru/club/8march/settings/>

АННОТАЦИЯ

Ключевыми факторами успеха любого человека является достаточно зрелое и внятное его миропонимание и целеполагание, адекватное самоопределение и позиционирование в социокультурном пространстве, четкое видение своего места и роли в обществе, а также требуемых для этого свойств и качеств, знаний, навыков, умений и компетенций (как и путей их обретения). Всё это можно представить в виде совокупности моделей личностей или социальных групп, отражающих основные их свойства и особенности. До применения строгой формализации можно предварительно построить «собираемый образ» изучаемого сообщества в виде множества его публикаций в социальной сети, характеризующих интересы и склонности участников, систематизированных так и или иначе для дальнейшей обработки.

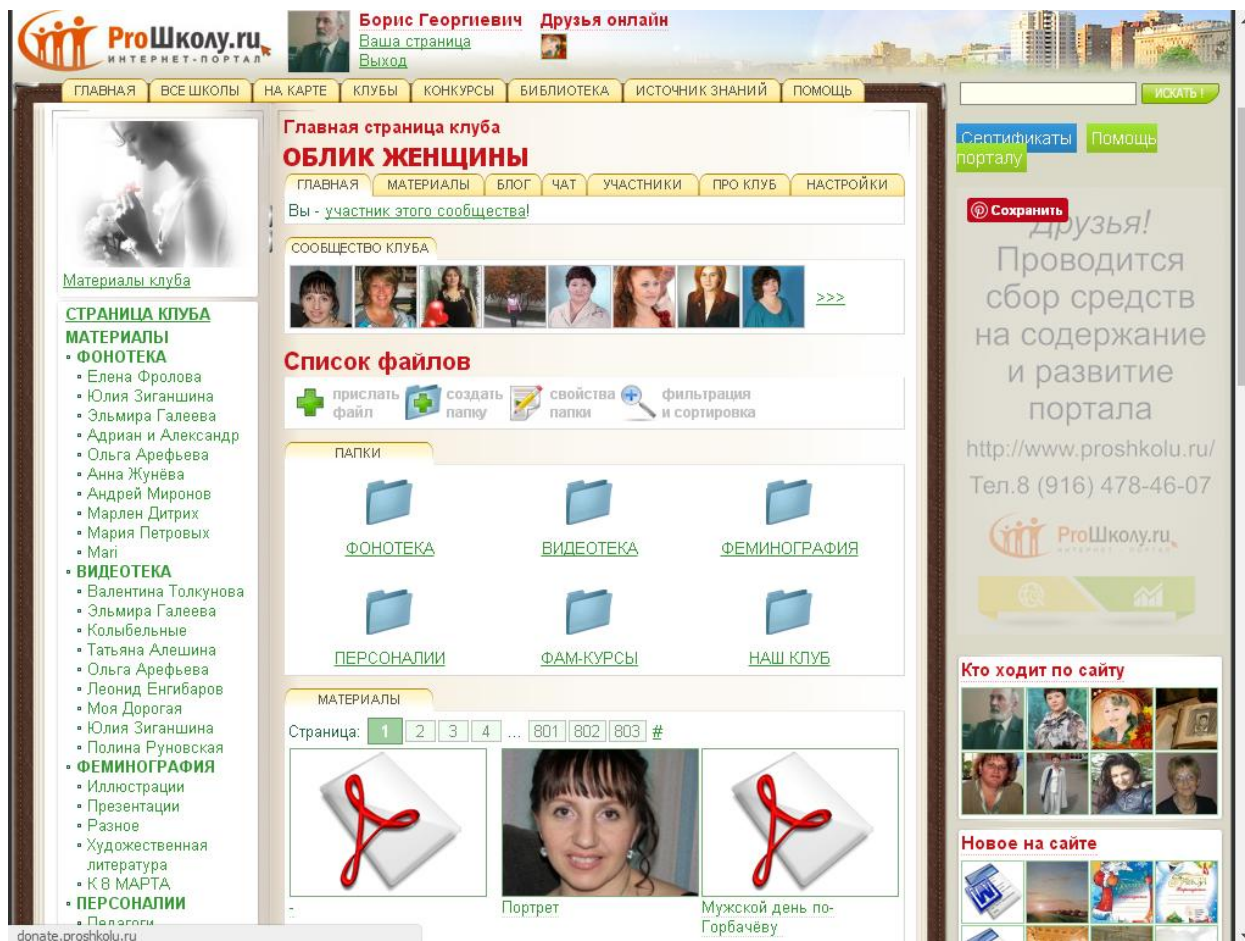
В частности, для изучения женской части педагогического корпуса российских школ на портале proshkolu.ru был создан экспериментальный медиа-клуб «Облик женщины», где для пользователей этой категории размещаются полезные материалы, организован их анализ и обсуждение. Все участники имеют на портале свой аккаунт, где они публикуют данные о себе и мысли по значимой тематике, собирают материалы по своему профилю деятельности и ведут переписку с другими. Из всего этого складывается некая общая картина, представление о контингенте в целом и отдельных его социальных подгруппах со своей субкультурой.

За ряд лет существования клуба в нем общими усилиями собрано немало актуальных материалов, нашли отражение жизненные позиции, убеждения и мнения участников, как и их отношение к разным предметам. На этой информационной основе можно получить первичное представление о современной женщине-педагоге (как разновидности женщин вообще), чтобы наметить дальнейшие направления и задачи исследования, включая моделирование свойств и особенностей социально активных, выдающихся представителей данного класса. Модели такого рода полезны для оптимизации перспективных структур и отношений в этой сфере, для планирования профессионального роста и создания новых средств обучения, аттестации и сертификации специалистов данного профиля, самоконтроля педагогов и иных целей.

Частным случаем и примером применения социальных моделей такого рода является смысловое наполнение и прагматизация «женского дня» 8 марта, который формально посвящен борьбе женщин за свои права и эмансипацию, фактически же в СССР и России этот праздник почти повсеместно используется для «безыдейного» чествования всех женщин без разбора и акцентов на главном, заслуживающем особого внимания и надлежащих почестей - дабы никого не обидеть и не слишком напрягаться в поиске особых достоинств и заслуг. Так обезличенный, лишенный стимуляторов праздник не имеет важных возможностей мотивации и иного управления социальным поведением, важнейших функций развитой киберсистемы. Чрезмерное упрощение не способствует эффективности этого события и если чествуется не только весь класс объектов (огульно все женщины), но ещё и особые его свойства (заслуги, достижения) или отдельные экземпляры (конкретные лица), эффект получается гораздо выше. Дело за малым – нужно обзаводиться адекватными и действенными моделями.

Применительно к 8 марта различные модели могут служить эталонами для сравнения, целевыми ориентирами дальнейшего развития, подсказками для разработки поздравлений со смыслами и т.п. Важно, что праздник из банального досуга и праздного времяпровождения, лишенного глубоко сакрального, политического и практического смысла, превращается в более осмысленную и полезную, организующую и направляющую акцию с запланированными и предсказуемыми последствиями. Такой «умный праздник» требует, однако, не только специальной подготовки и творческих усилий, но и активного взаимодействия участников, правомерно рассчитывающих на предельно высокие конечные результаты.

Построение моделей приводят мысли в порядок, способствуют взаимопониманию и согласию, служат основой для самообразования и планирования личной жизни и карьеры. Вариантами персонального моделирования и «эго-брендинга» могут быть блоги, социальные сети и другие информационные структуры, которых в настоящее время существует немало....



Интерфейс виртуального медиа-клуба «Облик Женщины»

Клуб основан 03.03.2011 в связи с очередным праздником «8 марта»

Показатели по состоянию на 7.03.2017:

- Зарегистрировано **8613 человек**
- Публикаций **9536 ед. (файлов разного формата)**
- Просмотров всего: **1 449 654**
- Посетителей: всего **213 734**

Клуб открыт для просмотра всем желающим без регистрации, однако скачивать, комментировать и обрабатывать имеющиеся материалы можно только после регистрации в общем порядке. Для прямого обращения к конкретным участникам используется раздел «сообщество клуба». Распределение материалов по папкам и создание новых папок(структурных блоков) осуществляет администрация клуба по своему усмотрению. За содержание материалов отвечают их авторы...

В клубе зарегистрированы представители многих регионов России и стран СНГ, через которых можно наладить контакты с местными школами и объектами иного рода, создавая свою систему коммуникаций. Для доступа ко всем школам города или региона используются отдельные средства навигации, имеющиеся у портала.

Простейшей моделью («обликом женщины») в этом проекте является авторский аккаунт с фотографией и другими публикациями, распределенными по разным клубам портала. При использовании специальных методов и средств эта модель может дополняться более информативными и функциональными компонентами...

**BGNov@yandex.ru**  
**Б.Новокрецин**