АВТОНОМНАЯ НЕКОМЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ   
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Центр проектов «Переменим»

РАССМОТРЕНО

Директором АНО ДПО

«Центр проектов «Переменим»

А.Э. Садыковой

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 г.

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

ПРОГРАММА ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

«ЦИФРОВАЯ ПЕДАГОГИКА»

(48 часов)

Автор программы:  
Н.А. Ханова, педагог дополнительного образования  
АНО ДПО «Центр проектов «Переменим»

|  |
| --- |
|  |

г. Пермь, 2021 г.

**ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

В процессе развития информационного общества актуализируются проблемы формирования медиакультуры подрастающего поколения как готовности использовать цифровые и медиатехнологии для личностного роста, профессионального саморазвития и творческой самореализации на основе гуманистических идеалов и ценностей, профориентации, поддержки и развития социальной активности, творческой одаренности обучающихся в области медиа и информационных технологий. Медиаобразование – направление в педагогике, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации.

Поэтому перед учителями-предметниками, педагогами дополнительного образования неизбежно возникает вопрос о поиске эффективных педагогических методов и технологий, гарантирующих достижение желаемых личностных, метапредметных и предметных результатов.

**Цель:** получение новой компетенции (медиаобразование), необходимой для профессиональной деятельности.

**Задачи:**

1. Знакомство слушателей с современными тенденциями и форматами развития медиаобразования;
2. Повышение уровня знаний, профессионального мастерства, методических и практических навыков работы педагогов в области медиаобразования;
3. Знакомство слушателей с ресурсами современной медиаобразовательной среды, способствующей развитию медийно-информационной грамотности, медиакомпетенций и формированию духовно-нравственной и медиакультуры подрастающего поколения. ​

**К освоению дополнительной профессиональной программы допускаются:** лица, имеющие среднее профессиональное и (или) высшее педагогическое образование.

Программа включает в себя: лекции, практикумы, семинары, тренинги, мастер-классы, проектную деятельность, круглый стол (дискуссия).

Итоговое мероприятие – дискуссия (подведение итогов в формате устного выступления) и подготовка итогового продукта (публикация материала в краевой школьной газете «Перемена-Пермь»).

Подтверждающим документом об окончании курса «Цифровая педагогика» является сертификат.

**Планируемые результаты:**

Слушатели курса должны **знать:** особенности медиасреды, задачи медиаобразования, жанровое многообразие журналистики, основы создания текста и дополнительной визуализации.

В результате освоения программы слушатель должен **уметь**: находить качественные медиа, понимать основы коммуникации «ученик-учитель», «родитель-учитель», готовить и редактировать тексты, сопровождать тексты визуализацией, грамотно пользоваться сервисами и инструментами по изготовлению инфографики, уметь находить конкурсы, связанные с медиаобразованием.

В результате освоения программы слушатель должен уметь применять полученные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни, чтобы **иметь**:

- способность к социальной и профессиональной адаптации, социальной и профессиональной мобильности;

- готовность и способность работать в коллективе, творческой команде;

- понимание социальной роли и общественной миссии журналистики и журналиста в демократическом обществе, функций и принципов СМИ в контексте социальных потребностей, исторического и современного опыта отечественных и зарубежных СМИ;

- знание принципов работы с источниками информации и методов ее сбора (интервью, наблюдения, работы с документами), селекции, проверки и анализа, а также методов прецизионной (точной) журналистики;

- знание основных требований, предъявляемых к информации СМИ (точность, достоверность, наличие ссылок на источники, разграничение фактов и мнений, плюрализм в представлении точек зрения);

- оперативно готовить материал с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической и т.п.) в зависимости от типа СМИ, в различных жанрах, форматах для размещения на различных мультимедийных платформах – печатных, вещательных, онлайновых, мобильных.

Результатами обучения являются знания по основным аспектам медиаобразования, жанровой и отраслевой журналистики, навыки создания информационного повода и умение их охарактеризовать, участие в творческих конкурсах, направленных на поддержку медиасоциального проектирования, умение работать с сервисами для обработки информации, понимание основ создания и ведения пресс-центра на базе учебного заведения.

**Материально-техническая база для педагога:** стол (1 шт), стул (1 шт), стационарный компьютер или ноутбук (1 шт), колонки для проигрывания звука (при необходимости), материалы: блокнот, ручка.

**Реализация программы предусмотрена с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.** Информационные системы: программа Zoom (безлимитного уровня – для педагога, обычного уровня – для обучающегося).

**Рабочая программа составлена на основании следующих нормативно-правовых документов:**

* Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ
* Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации (Минобрнауки России) от 1.07.2013 г. № 499 г. Москва «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным профессиональным программам»
* Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 09.11.2018 г. № 196 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»
* Устав АНО ДПО «Центр проектов «Переменим».

**ПРОГРАММА**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № темы | Тема занятия | Кол-во часов общее | В том числе | |
| Теор. | Практ. |
| 1 | Что такое медиаобразование и как достичь продвинутого уровня медийно-информационной грамотности | 3 | 1 | 2 |
| 2 | Методы сбора информации | 4 | 1 | 3 |
| 3 | Текст как основа работы СМИ | 3 | 1 | 2 |
| 4 | Информационные жанры журналистики | 5 | 3 | 2 |
| 5 | Инструмент медиаобразования: социальные сети | 4 | 2 | 2 |
| 6 | Визуализация информации | 4 | 2 | 2 |
| 7 | Инструмент медиаобразования: инфографика | 5 | 2 | 3 |
| 8 | Медиаграмотность | 2 | 1 | 1 |
| 9 | Личный бренд: позиционирование педагога в медиасреде | 2 | 1 | 1 |
| 10 | Использование медиатехнологий в образовательном процессе (работа со СМИ) | 3 | 1 | 2 |
| 11 | Информационное сопровождение событий в образовательном учреждении | 4 | 2 | 2 |
| 12 | Творческие конкурсы для педагогов: реализация творческого потенциала | 3 | 2 | 1 |
| 13 | Создание и реализация работы медиацентра на базе учебного заведения | 4 | 2 | 2 |
| 14 | Итоговое занятие: дискуссия | 2 | 1 | 1 |
|  | **Итого** | **48** | **22** | **26** |

**СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**

1. **Что такое медиаобразование и как достичь продвинутого уровня медийно-информационной грамотности (3 ч)**

Медиа –  собирательное название средств массовой информации (медиа стоит посередине между читателями и источниками новостей); медиаобразование – направление в педагогике, выступающее за изучение закономерностей массовой коммуникации. Медиаобразование рассматривается как процесс развития личности с помощью и на материале медиа с целью формирования культуры общения с медиа, творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений полноценного восприятия, интерпретации, анализа и оценки медиатекстов, обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники.

1. **Текст как основа работы СМИ (3 ч)**

Структура текста: заголовок, лид, основная часть, вывод. Особенности работы с заголовками и заголовочными комплексами, в том числе кликбейтные заголовки. Форматы текстов в зависимости от жанрового многообразия. Тексты для газет, телевидения, радио, социальных сетей и сетевых СМИ.

1. **Методы сбора информации (4 ч)**

Наблюдение, интерьюирование, работа с документами, расследование, эксперимент, анкетирование, фокус-группы. Фактология в журналистике. Понятие «ньюсмейкер». Проверка фактов. Дентология в вопросах сохранения тайны информанта. Правовые аспекты сохранения этой тайны.

1. **Информационные жанры в журналистике (5 ч)**

Зарисовка: положение жанра между журналистикой и литературой. Место автора в тексте зарисовки. Виды зарисовки: портретная, пейзажная, производственная, бытовая. Заметка как оперативная форма подачи информации. Жанровые характеристики заметки (точность, краткость, лаконичность стиля). Формула 5w и принцип «Перевернутой пирамиды». Мягкая и жесткая новость. Понятие «информационный повод». Структура заметки (заголовок, подзаголовок, лид, основная часть). Автор в заметке. Принцип объективности и пути его нарушения. Виды заметки: хроника, заметка, расширенная заметка. Параметры расширения: ссылки, цитаты, комментарии. Заметка в изданиях различного типа. Специфика подачи информации в общественно-политической, массовой, глянцевой прессе. Заголовок и лид заметки в интернет-издании. Интервью как метод получения информации и как жанр журналистики. Вопросник: принципы создания, типы вопросов. Интервью-диалог. Интервью-опрос. Интервью-беседа. Интервью-портрет. Понятие жанра «репортаж». Принципы создания: роль автора, динамичность, внимание к деталям, оперативность. «Сенсорные» детали в репортаже. Фабула в репортаже. Дискретность времени и локальность пространства. Методы создания репортажа. Наблюдение, включенное и невключенное. Репортаж с экспериментом. Виды репортажа: проблемный, событийный, познавательный.

1. **Инструмент медиаобразования: социальные сети (4 ч)**

Основные социальные сети для коммуникации, для работы, для сотрудничества. Специфика работы разных социальных сетей и правила пользования этими социальными сетями. Феномен «цифровые дети» и как работать с категорией школьников поколения Z. Возможность разного формата публикаций.

1. **Визуализация информации (4 ч)**

Необходимость создания визуального дополнения к текстовому содержанию. Возможности социальных сетей в создании графических изображений. Дополнительные сервисы по созданию изображений. Основы композиции и цветовая палитра картинок. Возможности анимированных изображений.

1. **Инструмент медиаобразования: инфографика (5 ч)**

Инфографика как способ подачи информации. Правила создания графиков. Работа с соответствующими сервисами. Основы композиции и цветопередачи. Выбор тематики инфографики с последующей практической частью (реализацией задумки инфографики) в печатном и электронном вариантах.

1. **Медиаграмотность (2 ч)**

Основы медиаграмотности – правила поведения в электронных ресурсах. Цифровой этикет и основы личного позиционирования.

1. **Личный бренд: позиционирование педагога в медиасреде (2 ч)**

Из чего складывается позиционирование себя. Форматы: личный бренд, профессиональный бренд. Правила ведения личного блога и выбор платформы для блога в зависимости от предпочтений.

1. **Использование медиатехнологий в образовательном процессе (работа со СМИ)**

Качественные и некачественные медиа. Работа Союза журналистов России (в том числе регионального отделения): способы помощи и поиск журналистов на школьные события. Алгоритм работы со СМИ: выход на территорию, подготовка пресс-релиза, приглашение журналистов, составление контактной базы участников, подготовка пост-релиза. Работы со СМИ в социальных сетях: методы некоммерческого продвижения в интернете.

1. **Информационное сопровождение событий в образовательном учреждении**

Составление графика информационного сопровождения согласно календарному плану учебного заведения, обозначение ключевых событий, просмотр точек медиапродвижения, назначение ответственного лица. Отличия: пост-релиз, пресс-релиз, отчет; основные требования к публикациям в социальных сетях, фото- и видеосъемки. Работа школьного медиацентра на мероприятии. Создание своих информационных поводов и подготовка тематических публикаций.

1. **Творческие конкурсы для педагогов: реализация творческого потенциала**

Работа с портфолио педагога: правила, требования, отчетность. Списки актуальных конкурсных программ, проба себя в реализации в конкурсе под руководством куратора обучения.

1. **Создание и реализация работы медиацентра на базе учебного заведения**

Требования к созданию медиацентра: на базе какого учебного заведения возможна работа пресс-центра. Требования к педагогам и детям. Этапы создания: информирование, отбор детей, тематические мастер-классы, распределение обязанностей, подготовка итогового продукта (газета, материалы для сетевого СМИ, социальные сети, радио, телевидение).

1. **Итоговое занятие: дискуссия**

Подведение итоговой годовой программы обучения: дискуссия о повышенном навыке медиаобразования среди педагогов (результаты личной деятельности, опыт работы в учебном заведении, сбор мнения коллег).

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Базикян С.А. Студенческая газета как эффективный учебный проект // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV международной научной конференции (Челябинск, 26-27 ноября 2019 года) / сост. А.А. Морозова. Челябинск: Изд-во Челяб. Гос. Ун-та, 2019. С. 272-275.
2. Бондарчук А.В. Медиаобразование в школе и вузе и реформирование отечественного образования // Современное состояние медиабразования в России и в контексте мировых тенденций. Материалы международной научной конференции. Таганрог, 2019. С. 115-121.
3. Гендина Н.И. Информационный подход в федеральный государственных образовательных стандартах общего образования: медийно-информационная грамотность и информационная безопасность школьников / Н.И. гендина, Е.В. Косолапова // Современное состояние медиаобразования. Материалы международной научной конференции. Таганрог, 2019. С. 124-129.
4. Гудилина С.И. Некоторые подходы интегрированного медиаобразования в подготовке будущих учитеелй // Современное состояние медиаобразование в России в контексте мировых тендеций. Материлы международной научной конференции. Таганрог, 2019. С. 129-133.
5. Дзялошинский И.М. Риски цифрового медиа: модели защиты // Журналист. Современные коммуникации. 2019. № 3 (35). С. 5-19.
6. Дукин Р.А. Медиатизация современного общества: влияние социальных медиа // Теория и практика общественного развития. 2016. № 2. С. 24-26
7. Жилавская И.В. История развития медиаобразования: учебное пособие / И.В. Жилавская, Д.А. Зубрицкая. М: МПГУ, 2017. 120 с.
8. Зубанова Л.Б. Культура в информационном формате: ключевой тематизм актуальных медиапроектов // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV международной научной конференции (Челябинск, 26-27 ноября 2019 года) / сост. А.А. Морозова. Челябинск: Изд-во Челяб. Гос. Ун-та, 2019. С. 443-447.
9. Короченский А.П. Медиакритика и реклама в СМИ // Современные массовые коммуникации в фокусе медиакритики: под ред. А.П. Короченского, В.В. Смеюхи; ФГБОУ ВО РГУПС. Ростов-на-Дону, 2019. С. 126-129.
10. Лебедева С.В. Работа школьников над лонгридами: медиаобразовательный эффект // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV международной научной конференции (Челябинск, 26-27 ноября 2019 года) / сост. А.А. Морозова. Челябинск: Изд-во Челяб. Гос. Ун-та, 2019. С. 220-224.
11. Симакова С.И. Визуальная грамотность – новый навык медиаграмотности // MEDIAОбразование: векторы интеграции в цифровое пространство: материалы IV международной научной конференции (Челябинск, 26-27 ноября 2019 года) / сост. А.А. Морозова. Челябинск: Изд-во Челяб. Гос. Ун-та, 2019. С. 158-162.
12. Челышева И.В. Медиаобразовательные возможности аудиовизуальных медиатекстов на школьную и студенческую тему // Crede expert: транспорт, общество, образование, язык. 2019(б). № 2. С. 156-170.
13. Челышева И.В. Стратегии развития российского медиаобразования: традиции и инновации // Медиаобразование. 2016. № 1. С. 71-77.