

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Московский педагогический государственный университет»



Т. Н. Владимирова, А. В. Фефелкина

# ИНФОРМАЦИОННО-МЕДИЙНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ВОЖАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

МПГУ  
Москва • 2017

УДК 37.022 (072)

ББК 74.202.59+74.270.3я81

И741

Рецензент:

**Шкондин М. В.**, доктор филологических наук, профессор  
Московского государственного университета им. М. В. Ло-  
моносова

**Владимирова Т. Н.**

И741 Информационно-медийное сопровождение вожатской дея-  
тельности : Методические рекомендации // Авторы-составите-  
ли: Т. Н. Владимирова, А. В. Фелкина / Под общей редакцией  
Т. Н. Владимировой. – Москва : МПГУ, 2017. – 54 с.

ISBN 978-5-4263-0514-4

Данные методические рекомендации по информационно-медийному на-  
правлению адресованы специалистам детских образовательных учрежде-  
ний, общественных движений, основной миссией которых стала разработка  
и последовательная реализация технологий, ориентированных на прямое  
вовлечение детей, подростков, молодежи в медиаобразовательную дея-  
тельность. Информационно-медийное сопровождение является современ-  
ным вектором развития вожатского дела: повышение информированности  
аудитории о механизмах функционирования образовательных учреждений,  
общественных организаций, о возможностях массовой коммуникации и ее  
воздействия на современное общество, развитие навыков свободного са-  
мовыражения, приобретение первого педагогического опыта.

**УДК 37.022 (072)**

**ББК74.202.59+74.270.3я81**

© МПГУ, 2017

© Владимирова Т.Н.,

Фелкина А.В., 2017

ISBN 978-5-4263-0514-4

# Оглавление

Введение .....	4
Программа по информационно-медийному сопровождению вожатской деятельности .....	6
Тема 1. Работа с источниками информации.....	6
Источники информации .....	7
Что такое информационная грамотность? .....	7
Что такое медиаинформационная грамотность? .....	9
Тема 2. Организация работы пресс-центра. Издание газеты, журнала. Подготовка радио и телевизионной передачи. Секреты хороших фотографий. Секреты хороших новостей. Методы сбора и обработки информации.....	14
Тема 3. Виды СМИ. Жанровое многообразие журналистских материалов .....	29
Тема 4. Правила освещения работы с детьми на сайте и в социальных сетях образовательной организации и детского лагеря. Информационная безопасность. Безопасность в социальных сетях. Деятельность вожатого по обеспечению Интернет-безопасности .....	40
Тема 5. Информационная безопасность. Безопасность в социальных сетях. Деятельность вожатого по обеспечению Интернет-безопасности .....	43
Список литературы .....	48

## Введение

Современные процессы в области информационных технологий и распространение новых цифровых медиа привели к возрастанию важности такой образовательной компетенции как «медийная грамотность». По мнению российского ученого И.В. Жилавской: «Медиаобразование – это новая парадигма существования СМИ, особая социальная функция, которая может быть реализована только совместными усилиями журналистского сообщества, социально ответственного бизнеса, власти, гражданского общества в целом».<sup>1</sup>

Педагоги должны осознавать, что сегодняшние школьники, подростки, молодежь чаще реальному общению предпочитают иную среду обитания – средства массовой информации, социальные сети, Интернет. Так почему же это знание не использовать в позитивном русле и не начать формировать социально-значимые личностные качества школьников, их созидательно-творческие инициативы? Принимая это во внимание, необходимо ответить на вопрос: «Какие адекватные новым целям образования и воспитания, результатам использовать технологии?»

Методические рекомендации – это руководство по основным аспектам медиаобразования, где в соответствии с тематическими разделами даются практические советы по изучению и преподаванию журналистики современным школьникам. Это позволит уйти от спонтанности, рутинности и бессистемности при

---

<sup>1</sup> Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. С.9.

организации данного направления деятельности в образовательных учреждениях. Выпуски газет и журналов, радио- и телепередач, продвижение в социальных сетях медийных продуктов школы, детского оздоровительного лагеря необходимо рассматривать как интеграцию представлений о системе ценностей, критическом мышлении и творческом потенциале личности.

Современные школьники должны уметь найти, обработать, оценить, использовать и создавать информацию, которую они получают из новых медиа. Как сформировать навыки критического восприятия информации, ответственного отношения к производству и распространения информации? Эти вопросы актуальны для современного педагогического сообщества.

Основной целевой группой данных методических рекомендаций являются преподаватели общеобразовательных школ, старшие вожатые, вожатые и студенты педагогических вузов.

# **ПРОГРАММА ПО ИНФОРМАЦИОННО–МЕДИЙНОМУ СОПРОВОЖДЕНИЮ ВОЖАТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

## **Тема 1.**

### ***Работа с источниками информации***

Правильное использование информации, которую получают из различных источников медиа, зависит от нескольких факторов: от умения критически мыслить; от умения отбирать информацию от аналитических способностей потребителя информации.

#### **Что такое информация?**

Информация – знания, факты, представленные в доступной для понимания форме. Она может быть передана при помощи различных технологий или при личном общении.

Существуют различные информационные материалы, контент, которые отличаются друг от друга по степени надежности, точности, ценности. И здесь надо ответить для себя на несколько вопросов: «Какой источник в каждом конкретном случае будет наиболее надежным для получения информации»? «Какие источники являются объективными, качественными и лишенные скрытых мотивов»?

## ***Источники информации***

<b>Категории источников информации</b>	<b>Признаки</b>	<b>Виды текстов</b>
Первичные	оригинальные источники, не предполагающие интерпретации информации	Отчет, фотографии, дневник, хроники, официальные документы, электронные послания
Вторичные	данные, полученные из внешних источников, либо собственная информация, полученная ранее по другому поводу, с другими целями.	Научные книги, журналы, критический анализ, интерпретация данных
Третичные	Компиляция, первичных и вторичных источников	Указатели, рефераты, энциклопедии, базы данных

## ***Что такое информационная грамотность?***

«Информационная грамотность – это набор компетенций, необходимых для получения, понимания, оценки, адаптации, генерирования, хранения и представления информации, используемой для анализа проблем и принятия решения».<sup>2</sup>

Навыки информационной грамотности:

---

<sup>2</sup> Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности / Суви Туоминен, Сиркку Котилайнен / Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. – М., 2012. С.11.

<b>Навыки</b>	<b>Вопросы</b>
Понимание своих информационных потребностей	Какую проблему я решаю? Что я хочу найти?
Поиск источников информации	Какой источник использовать? Первичный, Вторичный? Третичный? Интернет? Книги? Телевидение?
Поиск информации	К кому обращаться за помощью в поиске информации? Где ее искать?
Анализ качества информации	Как узнать, надежна ли данная информация?
Хранение информации	Как правильно и эффективно организовать хранение многочисленной информации?
Авторское право, этические принципы журналиста	Как следует правильно использовать полученную информацию, чтобы не нарушить авторские права создателей информации?
Представление информации	Как можно представить мою информацию?

**ВОЖАТОМУ НА ЗАМЕТКУ**

*Как использовать предложенные выше знания в работе вожатого детского оздоровительного лагеря и российского общественного движения?*

<b>Задание</b>	<b>Действия</b>	<b>Примеры</b>
<i>Ведение дневника смены, хроники мероприятия</i>	<i>Записывайте каждый свой шаг в течение всего дня, с утра до вечера. Обязательно указывая</i>	<i>Например, чтобы решить, что надеть, нужно знать прогноз погоды, чтобы организовать поездку с детьми на автобусе, нужно знать</i>



	<i>информацию, которая вам была необходима.</i>	<i>правила перевозки детей, расписание и маршрут. Записывайте мнения детей, участвующих в мероприятиях.</i>
--	---	---



### ***Что такое медиаинформационная грамотность?***

«Медиаинформационная грамотность – это система базовых компетенций человека, позволяющая ему эффективно выстраивать коммуникационные отношения в обществе на всех уровнях медиаактивности».<sup>3</sup>

Медиаинформационная грамотность включает следующие навыки:<sup>4</sup>

<b>Навыки</b>	<b>Оценка навыков ребенка по медийно-информационной грамотности</b>
<b>Творческие и эстетические</b>	Умеет: – сочинять и рассказывать истории;

<sup>3</sup> Жилавская И.В. О современной концепции медиаинформационной грамотности и медиаобразования // Медиа. Информация. Коммуникация. 2012. № 3. <http://mic.org.ru/3-nomer-2012/125-o-sovremennoj-kontseptsii-mediainformatsionnoj-gramotnosti-i-mediaobrazovaniya>

<sup>4</sup> Жилавская О.П. Медийно-информационная грамотность как целостное понятие в изменяющемся мире // Медиа. Информация. Коммуникация. 2016. №18 <http://mic.org.ru/18-nomer-2016/575-medijno-informatsionnaya-gramotnost-kak-tselostnoe-ponyatie-v-izmenyayushchemsya-mire>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выражать свои чувства словами, образами и музыкой.</li> <li>– проявлять свою индивидуальность в процессе создания медиа контента.</li> <li>– анализировать смысл сообщений, сопоставляя свои ценностные установки с представленными в медиа.</li> </ul> <p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основополагающие принципы авторского права.</li> <li>– собственные медиа потребности, развивает свое понимание медиа.</li> </ul>
<b>Интерактивные</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– пробует работать в различных для себя ролях.</li> <li>– принимает участие в дискуссиях, учитывает точку зрения оппонента.</li> <li>– понимает разницу между частным и публичным пространством в медиа, есть представления о многочисленных способах вовлеченности в медиа.</li> <li>– работает в команде.</li> </ul>
<b>Безопасности</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– знает о возрастных ограничениях на медиа контент,</li> <li>– знает, что надо обратиться к взрослым, когда возникают проблемы с использованием медиа.</li> <li>– знает основы безопасного использования Интернета, умеет защитить информацию и конфиденциальность в сети.</li> <li>– знает и соблюдает нормы общения и правильного поведения в Интернете.</li> </ul>
<b>Навыки по управлению информацией</b>	<p>использует различные источники информации.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает, что полученная информация может быть дополнена или опровергнута, что приведет к возникновению нового знания.</li> <li>– умеет искать информацию по различным каналам и методикам.</li> <li>– применяет разные методики обработки полученной информации.</li> <li>– понимает как выбирать самую важную информацию для своих текстов.</li> </ul>

Безусловно, создание своего авторского медиаконтента – лучший способ научиться анализировать контент, который создан другими пользователями.

Для того чтобы процесс по созданию медиаконтента в детских оздоровительных лагерях, в российском движении школьников не имел спонтанного, несистемного характера, необходимо выработать отдельный план работы по данному направлению. Например, издание школьной или лагерной газеты, журнала, выпуски радиопередач, создание видеосюжетов о жизни школы, лагеря, отряда, класса. При этом важно оценить, доступные вам материалы, их разнообразие.

Уровни использования медиаконтента в школах, общественных организациях:

<b>Уровень</b>	<b>Признаки</b>
<b>Элементарный</b>	В работе используются преимущественно печатные материалы (иллюстрации, книги, комиксы и т.д.), презентации, стенгазеты
<b>Базовый</b>	В работе используются электронные и печатные материалы. Дети активно действуют: пишут и слушают тексты; создают постеры, снимают простые видеоролики. Идет коллективное обсуждение работ
<b>Продвинутый</b>	Используются разнообразные медиа источники. Дети создают различный медиаконтент: видеоочерки, хроники школьной смены, детского отдыха, школьные издания, блоги. Участвуют в медиа Фестивалях, конкурсах

Все это отвечает основным целям и задачам информационно-медийного направления деятельности вожатых: способ-

ствовать воспитанию будущих граждан как коммуникативных, творческих, свободно мыслящих личностей, обладающих аналитическим мышлением, умением аргументировано отстаивать свою позицию, владеющих современными медиакомпетенциями и имеющих высокий уровень медиакультуры.

Основными организаторами процесса по информационно-медийному сопровождению деятельности образовательного учреждения, детского оздоровительного лагеря являются старшие вожатые и вожатые. Также участниками могут стать учителя, педагоги дополнительного образования – руководители школьных теле-, фото- и радиостудий, редакторы школьных газет и журналов, руководители пресс – и медиа-центров (при наличии), но самый **главный здесь – ребенок!**

## **ТЕМА 2.**

***Организация работы пресс-центра.***

***Издание газеты, журнала. Подготовка радио и телевизионной передачи. Секреты хороших фотографий. Секреты хороших новостей.***

***Методы сбора и обработки информации.***

Школьный пресс-центр или пресс-центр детского оздоровительного лагеря – это организованное сообщество детей и подростков, которые под руководством медиапедагога или вожатого, который имеет соответствующие медиакомпетенции, на основании партнерства и сотрудничества привлекаются к обсуждению и участию в решении школьных и внеучебных проблем социального характера, отражению их в информационной среде с помощью средств коммуникации.

**Цель работы пресс-центра** заключается в формировании социальной активности обучающихся через творческое отношение к делу, деятельное отношение к жизни, осознание гуманистических идеалов и ценностей, через умение действовать в соответствии с этическими нормами, конструктивно преобразовывать действительность. В рамках этой деятельности происходит расширение кругозора школьника, процесс познания и самопознания подростками противоречий современной жизни, а также развиваются коммуникативные умения и навыки.

Кроме того, деятельность пресс-центра способствует продвижению школы в информационной среде и обеспечивает

имиджевую составляющую работы детского оздоровительного лагеря, российского движения школьников.

Детский (или школьный) пресс-центр – это явление, которое необходимо рассматривать с точки зрения педагогической целесообразности. Она может быть определена следующими принципами:

1. личностно-ориентированный подход. Это позволит каждому ребенку научиться работать как индивидуально, так и в коллективе;
2. деятельностный характер работы с учетом особенностей детей для обеспечения свободы мышления и творчества;
3. ориентация на проектную профессиональную деятельность;
4. формирование самостоятельности у учащихся, приобретение ими навыков по принятию управленческих решений.

Итак, все понимают, что пресс-центр сегодня нужен школе, детским оздоровительным лагерям. Но как правильно его создать? Как не уйти от формата отчета о проделанной работе? Как сделать так, чтобы пресс-центр стал площадкой, где школьники получали возможность самовыражаться? Где бы формировалась у них ответственность за результаты общего дела?

### **Задачи детского пресс-центра:**

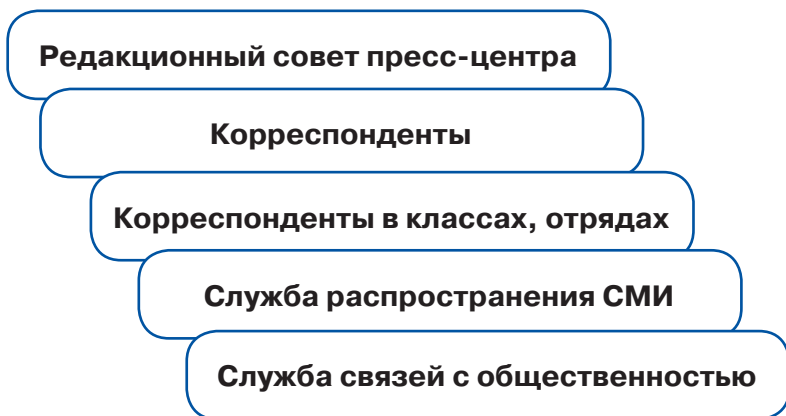
**1. Информационная.** Школьный пресс-центр выступает в качестве создателя единого информационного пространства образовательного учреждения. Открытое обсуждение проблем, которые необходимо решить в детском коллективе, консолидация достоверной информации в одном месте, а как

следствие сплоченность команды – лишь небольшие положительные эффекты функционирования пресс-центра.

**2. Проблемная,** основной смысл ее заключается в умении критически оценивать членами пресс-центра достоинства, и недостатки школы, детского лагеря, общественного движения. А главное, уметь об этом рассказать так, чтобы эти недостатки были исправлены.

Примерная структура детского (школьного) пресс-центра:

Школьный (или детский) пресс-центр представляет собой открытую структуру.



**Должностные обязанности сотрудников школьного (детского) пресс-центра:**

**Руководитель пресс-службы** призван контролировать выпуски журналистских материалов; собирать и редактировать полученный материал; решать организационные и спорные вопросы.

### **Корреспонденты и корреспонденты в классах и отрядах**

занимаются подбором актуального, интересного, поучительного материала для школьной газеты или журнала, готовят статьи, интервью, новостные заметки, очерки о школьной жизни или детском отдыхе.

К данной группе относятся также 1) **контент-менеджеры Интернет-сайта**, которые занимаются поиском актуальной информации в Интернете, продвигают журналистские материалы школьного (детского) пресс-центра в сети. 2) верстальщик, основной функционал которого – компьютерная верстка печатных СМИ, создание макетов изданий. 3) фото-корреспондент занимается подготовкой фотографий к журналистским материалам печатных и электронных изданий школьного (детского) пресс-центра.

**Сотрудники служба распространения СМИ** отвечают за формирование архива (или музея) школьных изданий, видеосюжетов и радиопередач и других медиапродуктов; распространяют школьные СМИ в образовательном учреждении, детском оздоровительном лагере, передают их партнерам, спонсорам, родителям, учителям, администрации школы или лагеря.

**Сотрудники службы связей с общественностью** взаимодействуют с возможными рекламодателями (библиотеки, музеи, музыкальные салоны, театры и кинотеатры и др.), принимают участие в профориентационных мероприятиях университетов и колледжей региона.



## **Основной функционал пресс-центра:**

**Организационный.** Пресс-центр должен заниматься организацией встреч с важными персонами, писателями, спортсменами, журналистами, интересными людьми. Подготовка к такого рода мероприятиям включает в себя, например, изучение биографии гостя, круг его профессиональных интересов, формулируются вопросы, которые можно задать гостю пресс-центра. Ведущие заранее продумают вопросы и, конечно же, подробно изучает обсуждаемую тему.

**Мониторинг и изучение общественного мнения учеников и учителей, вожатых.** Выявление проблем помогает понять основные причины происходящих событий, наметить пути их решения.

**Планирование.** 1) Заседания редакционного совета проходят по запланированному расписанию. На таких встречах ставят редакционные задачи по освещению деятельности детского оздоровительного лагеря, российского движения школьников, образовательного учреждения (см. приложение 1).

2) Формируется план встреч с интересными гостями для пресс-конференций, мастер-классов (см. приложение 2).

3) Готовится план участия школьников в конкурсах, олимпиадах, слетах и фестивалях (см. приложение 3).

4) Создается план еженедельных сборов по обсуждению журналистских материалов юных корреспондентов (см. приложение 4).

## **Возможные продукты деятельности пресс-центра:**

### **1) стенная газета.**

#### ***Вожатым на заметку***

Прообразом стенной газеты были лубок, листовка, дореволюционные плакаты, семейные стенгазеты. В Советское время стенная газета была газетой практически во всех трудовых коллективах, в вузах, школах, пионерских лагерях. Основные материалы были посвящены борьбе за выполнение социалистических обязательств, пропаганде высокой успеваемости и коммунистического воспитания школьников, за лучшие результаты в боевой и политической подготовке войск. Отличительной особенностью данного вида был сатирический настрой: на страницах выступали с критикой отдельных лиц, которые вели себя не должным образом. Стенные газеты советского периода – средство идеологического воздействия. Позднее, на страницах стенных газет появилось самодеятельное творчество: авторские стихи, короткие рассказы, рисунки, карикатуры и т.д. Размещение таких материалов позволяли автору получить мгновенную обратную связь.

Ученые выделяют несколько типов стенных газет: периодические и непериодические по времени выхода в свет; по содержанию: тематические, праздничные, информационные. В рамках работы школьного (детского) пресс-центра чаще всего используется информационный тип стенной газеты, на которой размещаются новостные материалы, анонсы мероприятий, контент развлекательного характера (поздравления с днем рождения, экран настроения, фотографии, информация о результатах конкурсов, викторин и т.д.).

При создании стенной газеты необходимо разработать единую концепцию размещения материалов, их оформление (шрифт, цветовая гамма). Стенная газета класса или отряда, выпускаемая с определенной периодичностью, должна включать в себя эмблему, название, девиз детского коллектива, а также контактные данные для получения обратной связи.

Для мотивации детей в школах и детских оздоровительных лагерях можно проводить конкурсы стенных газет, где учитываются тематическое содержание, оригинальность и аккуратность оформления, а также уровень журналистских материалов стенгазеты.

## **2) школьная газета**

Школьная газета – это педагогический инструмент по вовлечению ребят в живую, интересную для их возраста общественную работу, которая может направить их энергию и активную деятельность.

При создании школьной (отрядной) газеты необходимо понять, о какие материалы там будут публиковаться. Какой тип СМИ она будет представлять: литературная, общественно-политическая, рекреативная, спортивная. Ответы на эти вопросы зададут форму школьного издания.

### **Алгоритм создания школьной газеты:**

**ШАГ ПЕРВЫЙ. Создание эскиза.** Хороший макет газеты должен отражать окончательный вид школьной газеты: шапка, оформление обложки, возможные рисунки и тесты, верхние и нижние колонтитулы, различные способы подачи рубрик, заголовков, графических элементов.

**ШАГ ВТОРОЙ. Планирование номера газеты.** Каждая газета должна иметь план номера, составленный редакцией и служащий основой для выпуска текущего номера. В плане обязательно должны быть отражены: тематика номеров, объем текстов и графических элементов (инфографика, иллюстрации), стиль (жанр), графические материалы, которые необходимы к этим материалам, сроки сдачи статей корректору и окончательные сроки сдачи статей, ответственные за полосы. Рабочий план должен состоять из двух частей: структурное описание содержания газеты, а также описание дизайна газеты.

**ШАГ ТРЕТИЙ. Оформление и дизайн газеты.** Необходимо помнить, что школьная (детская) газета включает в себя не только печатные тексты, но и фотоматериалы, инфографику, рисунки, графические элементы. Здесь важно помнить, что школьная газета – это единство формы и содержания. Причем сначала считаются заголовки, иллюстрации, подписи к ним и врезки – то есть те дизайна, и лишь потом будет прочитан материал.

### **3) школьный журнал**

Журнал – это периодическое издание, содержащее многообразную информацию социального характера. **Школьные журналы** бывают еженедельные и ежемесячные, а также выходящие раз в два месяца или реже; различные по тематике (о технике, про рукоделие, о моде, о животных и т.д.); по характеру подачи информации: развлекательные, образовательные.

Чаще всего школьные журналы посвящены жизни школы и рассказывают о достижениях учеников, интересных меро-

приятных и событиях, имеющих особую значимость для жизни школы. Здесь можно публиковать аналитические, публицистические материалы, стихи, рисунки, кроссворды. Разнообразие в этом случае красит.

### **Алгоритм создания школьного журнала:**

**ШАГ ПЕРВЫЙ. Разработка концепции журнала.** Для начала надо определиться с основной идеей издания, под которую подбираются темы статей и соответствующие рубрики. Для эффективной работы составляется план номера.

**ШАГ ВТОРОЙ. Подборка иллюстраций.** Хорошие иллюстрации – это обязательный элемент любого номера школьного журнала. Для этого вида СМИ они имеют особую значимость, поскольку журнал предназначен не только для чтения, но и для просматривания картинок.

**ШАГ ТРЕТИЙ. Подборка фотографий.** Фотографии – также необходимый элемент издания. К ним предъявляются повышенные технические требования. Можно использовать как портретные фотографии, так и репортажные, которые без слов могут рассказать о прошедшем событии.

**ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ. Дизайн журнала.** В отличие от школьной газеты, дизайнерские решения для журнала имеют особое эстетическое значение.

### **4) школьное радио**

Одной из эффективных форм творческой деятельности учащихся в школе и детском лагере является создание школьного радио. Оно повышает эффективность учебно-воспита-

тельного процесса, развивает личностные качества детей, способствует созданию творческого коллектива. Школьное радио – оперативная форма передачи информации о событиях из жизни школы, детского лагеря.

### **Алгоритм создания школьного радио:**

**ШАГ ПЕРВЫЙ. Формирование редакции.** В составе школьного радио может быть несколько редакций, представляющие собой небольшие мобильные группы детей, которые готовят радиопрограммы на определенные темы. В редакцию школьного радио обязательно должны входить радиоведущий и диджей. При этом ведущий сам пишет тексты для радиосюжетов, легко воспроизводит тексты других радиожурналистов. Для этого надо уметь формулировать мысли и грамотно их излагать. Ведущим должен быть тот, кого в школе или лагере все слушают и уважают. Для диджея важно хорошо разбираться в музыке, уметь легко и правильно говорить, иметь чувство юмора.

**ШАГ ВТОРОЙ. Разработка основных рубрик и тематики радиопередач.** Темы должны быть самые разнообразные, они привлекать детей образовательного учреждения, участников общественных движений: музыка, книжный клуб, правила этикета, житейские истории, рассказы о профессиях, памятные и юбилейные даты, поздравления, радиоконкурсы, викторины и т.д. Рубрики могут быть такими: «Новости школы (лагеря)», «Герой дня», «Здоровый образ жизни», «Истории из школы (лагеря)», «Музыка на переменах», «Культпоход», «Экологический дневник».

**ШАГ ТРЕТИЙ. Разработка плана эфиров.** Такой план можно создать на весь год, смену лагеря, под отдельный проект.

**ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ.** Выстраивание обратной связи со слушателями. Это необходимо для того, чтобы интерес и мотивация у ребят не пропали через какое-то время. Коллектив редакции должен постоянно контактировать со своими слушателями, понимать, какие рубрики пользуются популярностью, какие нет. Для этого можно проводить экспресс-опросы детского коллектива.

## **5) школьное телевидение**

Для большинства молодых журналистов телевидение является наиболее привлекательным средством массовой информации. Быть в кадре, придумывать сюжет программы, общаться с гостями и экспертами, сообщать самые последние новости, – мечта для многих начинающих журналистов. Начать карьеру профессионального телевизионного журналиста можно уже в школе, организовав школьное TV.

**ШАГ ПЕРВЫЙ. Разработка содержания и формата школьного телевидения.** Конечно, говорить о круглосуточном вещании не имеет смысла, наш вариант – 1-2 выпуска телепередач в неделю. Причем это могут быть новости в понедельник и опрос в пятницу или новости по вторникам, интервью по четвергам. При создании школьного телевидения необходимо познакомиться с его различными признаками, это поможет определиться с содержанием, форматом и периодичностью выпусков.

Телевизионные СМИ различаются:

– по территориальному признаку (федеральное: вещание на всю страну, региональное: вещание в пределах города, района).

- по тематике (информационные = новостные, развлекательные, политические и проч.).
- по целевой аудитории, для кого предназначено содержание СМИ (для молодежи, для женщин, для бизнесменов и проч.).
- по времени выхода в эфир (ежедневные, еженедельные, ежемесячные, и проч., но не реже 1 раза в год).

Для полноценного функционирования телевидения обязательно оборудовать телевизионную студию и закупать дорогостоящее оборудование. Если нет материально-технической базы, достаточным будет правильно выбрать формат телепередачи и продумать картинку в кадре. Для выпуска новостей необходимо подобрать интересный задний план (не голую стену), позаботиться о внешнем виде ведущих, обратить внимание, чтобы в кадре не было «обрезанных» рук. Отдельно стоит позаботиться о звуке, лучше приобрести петличный микрофон или записать звук отдельно на диктофон.

**ШАГ ВТОРОЙ. Монтаж видео.** Отдельную сложность вызывает видеомонтаж материалов. В современном мире существует очень много специальных программ, большое количество которых совсем несложные для быстрого самостоятельного освоения: Windows Movie Maker, Kate's Video Toolkit, Avidemux, VSDC Free Video Editor и др. Для более профессионального монтажа стоит использовать такие видеоредакторы как Sony Vegas Pro, Adobe Premiere Pro, Pinnacle Studio, Avid Media Composer и др. Различаются программы между собой внутренним интерфейсом (где что расположено и какие эффекты разработаны).



При создании видеопродукта стоит помнить, что он не должен быть продолжительным, для репортажа достаточно 2,5 минут, для выпуска новостей – освещение 5-ти самых важных событий, иначе смотреть станет скучно. Даже видеурок не стоит делать более 15 минут.

**ШАГ ТРЕТИЙ. Оформление видеоконтента.** Любой видеоконтент должен иметь оформление. Слайд – заставка, на котором написано, кто является «учредителем»: школа, класс, отряд и проч., название передачи, эмблема/логотип, в конце ролика – выходные данные: авторы сюжета, ссылки, хештеги и проч.

**ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ. Тематика школьного телевидения.** Тематика может быть очень разнообразной. Здесь важно услышать пожелания участников, как правило, у молодых активных подростков много интересных идей, им только надо помочь в реализации и смысловой нагрузке. План-сетку стоит разработать сразу на весь год. Контент, так или иначе, будет привязан к праздникам, постоянным событиям и проч.

**ШАГ ПЯТЫЙ. Организация вещания.** Еще одним вопросом при организации телевидения является процесс вещания, через какой канал коммуникации будет транслироваться видеоконтент. Это может быть видеоплеер на официальном сайте, группа в социальной сети, канал на видеохостинге. Выбор канала коммуникации зависит от целевой аудитории. Многие творческие коллективы дублируют видео, оригинал файла выкладывают на видеохостинг You Tube, ссылку публикуют на официальном сайте и в соцсетях.

○ ————— **ВОЖАТОМУ НА ЗАМЕТКУ** ————— ○

*Слово *Télévision* является составным из древнегреческого *τῆλε*, что означает «далеко» и латинского *visio*, в переводе звучащего, как «видение». Впервые термин использован на французском языке в 1900 году русским учёным Константином Перским.*

*Изобретением телевизора занимался не один человек и не один десяток лет. Принципиальная возможность видения на расстоянии за пределами зрительного восприятия человека появилась в далекие 1870-е годы.*

*В 1923 году наш соотечественник Владимир Зворыкин создал передающую телевизионную трубку, благодаря которой началось массовое производство телевизионных приёмников. Это изобретение было запатентовано другим советским учёным Семеном Катаевым в 1931 году, однако именно Владимир Зворыкин в 1933 году смог создать работающую модель, опередив остальных ученых.*

○ ————— ◇ ◇ ◇ ————— ○

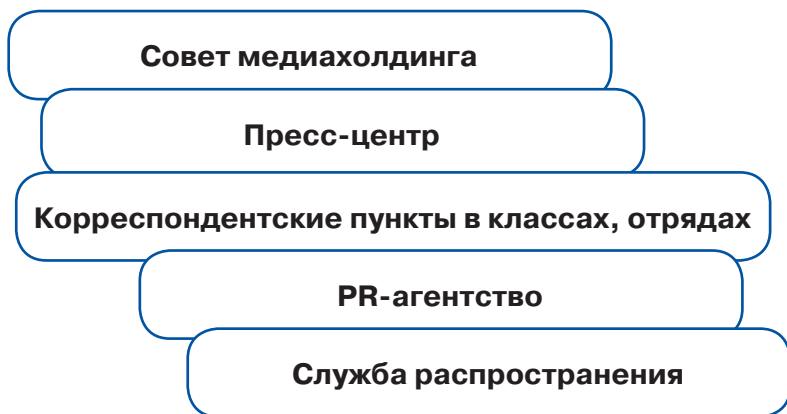
## **6) школьный сайт**

Школьный сайт – площадка для представления посетителям актуальной информации о школе, анонсы для учеников и их родителей о планируемых мероприятиях, результатах олимпиад, экзаменов, другие срочные сообщения, предоставлять возможность заинтересованным посетителям задать вопросы учителям и администрации, а также получить на них ответ, предоставлять возможность оставлять свои отзывы и пожелания в гостевой книге. А самое главное, быть официальным представителем школы и отражать реальное положение дел.

## **7) школьный холдинг**

Медиахолдинг – это группа разных СМИ, объединившихся в одну большую компанию. При этом важно, что все они со-

храняют свое лицо, узнаваемость. Основной целью медиахолдинга является информирование детей о событиях, происходящих в школе лагере, о проблемах и путях их решения, о ярких событиях и достижениях и т.д. Возможная модель школьного медиахолдинга:



Виды СМИ в составе школьного медиахолдинга:

1. Школьный сайт
2. Школьная газета
3. Школьный журнал
4. Школьное телевидение
5. Школьное радио и др.

## **ТЕМА 3.**

### ***Виды СМИ. Жанровое многообразие журналистских материалов***

Средства массовой информации не только информируют, но и служат средством коммуникации в обществе. Они призваны доносить словесную, визуальную или звуковую информацию до потребителя. Деятельность и основные параметры СМИ определяются в России законодательством: Конституцией Российской Федерации, Законом РФ «О средствах массовой информации» и Федеральными законами «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации» и «О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами». В данных документах определены основные требования к СМИ. Так, под средством массовой информации понимается периодическое печатное (сетевое) издание, теле- или радиоканал, теле-, радио-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, или любая другая форма распространения массовой информации с постоянной периодичностью под постоянным наименованием.

Традиционно, СМИ делятся на печатные, телевидение, радио и интернет. Хотя разделение это весьма условно, так как постоянно меняющаяся информационная среда или стираются границы СМИ, что приводит к возникновению новых форм подачи информации.

В журналистике существует система журналистских жанров, где жанры разбиты на группы, каждая со своими четкими задачами, которые и определяют специфические особенности каждого жанра. Разумеется, что жанры телевидения и радио отличаются от жанров в Интернете и печатных СМИ.

<b>Группы жанров</b>	<b>Жанры</b>
Информационные	Заметка; информационная корреспонденция; информационный отчет, блиц-опрос, вопрос-ответ, информационное интервью, репортаж и др.
Аналитические	Аналитический отчет, аналитическое интервью, беседа, комментарий, анкета, мониторинг, рецензия, статья, обозрение, прогноз, письмо, рекомендация (совет) и др.
Художественно-публицистические	Очерк, фельетон, житейская история, анекдот, шутка, игра, сатирический комментарий, пародия, легенда и др.

Если не вдаваться в подробности, то надо четко освоить всего пять жанров – новостная заметка, статья, интервью, очерк и репортаж.

Рассмотрим данные жанры подробнее.

### **Новость.**

Новость – это рассказ о событии, что позволяет быстро ввести читателя или слушателя в курс дела. Основой любой новости является ответы на вопросы – ЧТО? ГДЕ? КОГДА? Также из множества событий, происходящих в мире, журналисты отбирают те, которые соответствуют одному из четырех критериев: 1) значение события; 2) масштаб события; 3) участие в событии знаменитости; 4) драматизм случившегося.

Рассмотрим возможные алгоритмы написания новостной заметки.

### **АЛГОРИТМ НАПИСАНИЯ НОВОСТНОЙ ЗАМЕТКИ И СТАТЬИ (по А.В.Колесниченко)<sup>5</sup>:**

**ШАГ ПЕРВЫЙ.** Отвечаем на вопрос **«Кто?»**, **«Что?»**, **«Где?»**, **«Когда?»** Ответы на данные вопросы должны ввести аудиторию в курс дела, давали представление о произошедшем. Вспомните, что новость чаще не читают, а просматривают.

**ШАГ ВТОРОЙ.** Отвечаем на вопрос **«Ну и что?»** Другими словами обозначаем важность и значение события.

**ШАГ ТРЕТИЙ.** Отвечаем на вопрос **«Как?»** Ответ на этот вопрос представляет собой рассказ о том, как все произошло. Как правило, в тексте данный блок состоит из одного-двух абзацев. Для объективности можно обратиться с пресс-службой российского движения школьников или администрацией детского оздоровительного лагеря, к начальнику смены или старшему вожатому, или поговорить со всеми участниками события – с детьми, с родителями, гостями мероприятия. С их помощью можно реконструировать происходящее.

**ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ. Излагаем позиции сторон.** Предоставляем слово все участникам мероприятия: организаторам, гостям, администрации, школьникам и т.д.

---

<sup>5</sup> Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: Учебное пособие для студентов вузов / А.В. Колесниченко. – М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. С. 6-10.

**ШАГ ПЯТЫЙ. Добавляем пояснения экспертов.** Роль экспертов заключается в компетентном ответе на вопросы «Что делать?», «Что будет?»

**ШАГ ШЕСТОЙ. Показываем реакцию на событие.**

**ШАГ СЕДЬМОЙ. Знакомство с историей или статистикой.**

Эта часть заметки называется бэкграунд – дополнительная информация, напрямую мне связанная с событием, но позволяющая его лучше понять. Это поможет вписать событие или мероприятие в контекст, чтобы читатель видел закономерность случившегося.

○ ————— **ВОЖАТОМУ НА ЗАМЕТКУ** ————— ○

*Представьте, что вы пишете новости для своего отряда. Подумайте, какие отрядные события назначены на сегодня? Вожатый собирается готовить отряд к участию в танцевальном конкурсе, помощник вожатого планировал посмотреть сцену, на которой предстоит показывать номер, старший вожатый объявляет о совещании у директора школы или детского лагеря, участники танцевального коллектива разучивают уникальные па. Попробуйте эту информацию изложить официально, сухо, и не забывайте, что в новостной заметке событие важнее личности – оно выдвигается на передний план. У вас могут получиться такие заголовки:*

***В ТРАДИЦИОННОМ ТАНЦЕВАЛЬНОМ КОНКУРСЕ ПРИМУТ УЧАСТИЕ ОТРЯДА «СОЛНЫШКО».***

***О ГОТОВНОСТИ СЦЕНЫ ТАНЦЕВАЛЬНОГО КОНКУРСА.***

***НА ПОВЕСТКЕ ДНЯ СЕГОДНЯШНЕГО СОВЕЩАНИЯ – РАБОТА ЖЮРИ НА ТАНЦЕВАЛЬНОМ КОНКУРСЕ.***

*Из такой новостной ленты не конкретизируется, кто именно и что будет делать. При этом важно, что событие заявлено.*

○ ————— ◆ ◆ ◆ ————— ○

## **АЛГОРИТМ НАПИСАНИЯ НОВОСТНОЙ ЗАМЕТКИ** **(по М. В. Загидуллиной)**

«В Екатеринбурге создание новости подается так: Как писать для новостей. Формула написания «жестких» новостей:

1. Что произошло?
2. Где это произошло?
3. Когда это произошло?
4. Кто стал участником этого события?
5. Как это произошло?
6. Почему это произошло?
7. Что означает данное событие?

Если вы найдете ответы на все эти вопросы, значит, вы написали новость. Старайтесь уместить новость в трех предложениях»<sup>6</sup>.

## **АЛГОРИТМ НАПИСАНИЯ РЕПОРТАЖА** **(по А.В. Колесниченко)<sup>7</sup>**

Репортаж – подробный рассказ очевидца, позволяющий увидеть происходящее. Специфической особенностью данного жанра является «эффект присутствия». Ученый делит репортаж на две большие группы: тематические (поход в театр Аллы Духовой) и событийные (например, репортаж с танцевального вечера школы или детского оздоровительного лагеря).

---

<sup>6</sup> Загидуллина М.В. Кузина Журналистика. – Челябинск, 2013. С. 16

<sup>7</sup> Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: Учебное пособие для студентов вузов / А.В. Колесниченко. – М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. С. 13-18.



**ШАГ ПЕРВЫЙ. Пробираемся туда, где читатель не был.** Главное здесь – это показать чего-то обычного, но с неожиданного ракурса. Например, в детском оздоровительном лагере отдохали многие. Но редко кто понимает, как живут здесь дети с ограниченными возможностями по здоровью.

**ШАГ ВТОРОЙ. Выявляем конфликт.** Его надо увидеть и понять. Это может быть конфликт между запланированным и получившимся. Участники церемонии открытия летней смены пригласили известного политика, который опоздал на мероприятие. Или театральная постановка на сцене школы или лагеря превзошла все ожидания. Актеры играли так, как не играли на репетициях и т.д.

**ШАГ ТРЕТИЙ. Наблюдаем целенаправленно.** Без этого эффект присутствия не создашь. Здесь по мнению автора, важны две фразы: «эмоционально яркие эпизоды» и «раскрывает конфликт». Не надо фиксировать все подряд.

**ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ. Находим характерные детали** – это слова, действия, предметы, показывающие характерные черты персонажа, которые лучше не называть напрямую.

**ШАГ ПЯТЫЙ. Определяемся с «красной нитью».** С чего начать и чем закончить репортаж. Красная нить – это путь от завязки (идеи по выходу из проблемной ситуации) к развязке (решению проблемы).

**ШАГ ШЕСТОЙ. Пишем кинематографично,** т.е. так, чтобы текст рождал в голове читателя кадр за кадром.

**ШАГ СЕДЬМОЙ. Дополняем репортажным бэкграундом.** Это информация, поясняющая сцены в повествовании.

## АЛГОРИТМ ПОДГОТОВКИ РЕПОРТАЖА (по И. Подгорному)<sup>8</sup>

Для подготовки репортажа после посещения какого-либо события, необходимо придерживаться некоторых критериев.

**Сбор информации о событии.** Начав с этого, вы, приехав на место события, где сможете поговорить с любым человеком, комментарий которого вам будет нужен для написания материала.

Прибыв на место события, сразу же **«открывайте» свои уши.** Это для того, чтобы, когда вы сядете писать, вы вспомнили хоть что-нибудь кроме вступительной речи организаторов. Чем больше вы услышите отзывов или комментариев посетителей, тем лучше у вас получится написать.

Если событие показалось скучным, то ни в коем случае не поддайтесь этому настроению и постарайтесь **найти изюминку** в происходящем. Вы должны описать события как можно ярче, даже если запоминающегося практически не было.

Репортаж читается хорошо, только в том случае, если вы на протяжении всего материала будете **держат читателя в напряжении.** Постарайтесь найти определенную линию изложения материала, которая бы могла удержать внимание читателя.

**Не пишите длинный репортаж.** Может вам удастся это сделать, но читать его будет скучно.

---

<sup>8</sup> Подгорный И. Как сделать хороший репортаж? /<http://yousmi.by/articles/194>

О ————— **ВОЖАТОМУ НА ЗАМЕТКУ** ————— О

*Напиши репортаж о школьном мероприятии, о концерте самодеятельности, об открытии смены в лагере. Продумайте все свои действия. Собери подробную информацию про участников мероприятия.*

О ————— ◆ ◆ ◆ ————— О

## АЛГОРИТМ ПОДГОТОВКИ ИНТЕРВЬЮ

(по А.В. Колесниченко)<sup>9</sup>

Интервью – **диалог журналиста с собеседником**. Данный жанр требует колоссальной подготовки от журналиста. Надо изначально понимать, что необходимо узнать, а также изучить сферу деятельности собеседника.

**ШАГ ПЕРВЫЙ. Определяем роль собеседника:** очевидец, эксперт и знаменитость.

**ШАГ ВТОРОЙ. Читаем прежние интервью собеседника** (если они есть). Данный шаг позволит не повторяться при составлении вопросов, а также собрать ключевые высказывания по важнейшим темам его сферы.

**ШАГ ТРЕТИЙ. Придумываем ответы и готовим вопросы.** Хорошо составленные вопросы позволят ярче раскрыть образ собеседника.

**ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ. Контролируем соблюдение темы и глубину ее раскрытия.** Не забывайте, что собеседник обладает информацией, недоступной никому другому.

<sup>9</sup> Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: Учебное пособие для студентов вузов / А.В. Колесниченко. – М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014. С. 31-37.

## ШАГ ПЯТЫЙ. **Расшифровываем и редактируем.**

**ШАГ ШЕСТОЙ.** Согласовываем интервью. Российский закон «О СМИ» предписывает согласовывать текст перед публикацией. Интервью для согласования предоставляется без заголовка и лида.

**ШАГ СЕДЬМОЙ. Пишем заголовок и лид.** Заголовок у интервью, как правило, цитатный. Лид – первый абзац текста, обычно его выделяют жирным шрифтом. В интервью лид содержит информацию про собеседника. Важно найти те слова, которые цепляют, привлекают целевую аудиторию. В лиде часто упоминается информационный повод, если интервью связано с актуальным событием. Ученые выделяют три вида построения лидов в репортаже: 1) Событие и его последствия; 2) лид-сцена – погружение в атмосферу происходящего; 3) лид – ситуация – рассказ с места событий.

Формула лида к интервью: **Информационный повод + ключевые идеи, высказанные собеседником.**

### ○ **ВОЖАТОМУ НА ЗАМЕТКУ** ○

*Возьмите интервью у самого себя. Для этого выберите любое, но важное для вас событие. И, используя прием «чужих глаз», поговорите с собой. Помимо этого поговори с бабушкой, узнай историю своей семьи и т.д.*

### ○ **◆ ◆ ◆** ○

## АЛГОРИТМ ПОДГОТОВКИ ОЧЕРКА (по М.Н. Пряхину)<sup>10</sup>

Очерк – это обстоятельное повествование, где недопустимо отсутствие мысли, образа, логики изложения материала. Данный жанр эмоциональный, он содержит в себе яркое представление или впечатление о пережитом и свершившемся.

**ШАГ ПЕРВЫЙ. Выбор героя очерка.** Им может стать человек, добившейся много в жизни, ставший примером для своих детей. Своей школы или работы. Для любой группы людей есть свой герой – мать, учитель, политик, военный, благотворитель и т.д. Как утверждает М.Н.Пряхин: «Героем может быть в принципе любой человек. Не обязательно хороший. Главное, что требуется учесть при выборе – это то, что на примере вашего героя нужно утверждать базовые ценности нашей культуры».<sup>11</sup>

**ШАГ ВТОРОЙ. Сбор материала.** Соберите основные сведения о герое: Имя, возраст, звания, титулы, возраст, происхождение, религиозные предпочтения, семейное положение, профессиональные достижения.

**ШАГ ТРЕТИЙ. Беседа.** Здесь также, как в интервью, у вас должен быть набор вопросов, которые призваны помочь раскрыть образ героя очерка, которые помогают показать те профессиональные компетенции, которыми обладает ваш

---

<sup>10</sup> *Пряхин М.Н.* Портретный очерк / [http://rudn.monplezir.ru/ocherk\\_kak\\_napisat.htm](http://rudn.monplezir.ru/ocherk_kak_napisat.htm)

<sup>11</sup> *Пряхин М.Н.* Портретный очерк / [http://rudn.monplezir.ru/ocherk\\_kak\\_napisat.htm](http://rudn.monplezir.ru/ocherk_kak_napisat.htm)

собеседник. Читательская аудитория должна понимать логику разговора.

**ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ. Написание очерка.** Прежде, чем начать работать в данном жанре, надо четко продумать композицию и сюжет очерка.

**ШАГ ПЯТЫЙ. Согласование очерка.**

○ ————— **ВОЖАТОМУ НА ЗАМЕТКУ** ————— ○

*Попробуйте подготовить очерк про учителя вашей школы или про старшего вожатого в лагере.*

○ ————— ◊ ◊ ◊ ————— ○

## **ТЕМА 4.**

### ***Правила освещения работы с детьми на сайте и в социальных сетях образовательной организации и детского лагеря. Информационная безопасность. Безопасность в социальных сетях. Деятельность вожатого по обеспечению Интернет-безопасности***

Интернет открыл общественности новые возможности для коммуникаций в сети, где стало гораздо проще общаться, работать. Сегодня для реализации деятельности российского движения школьников, вожатства, волонтерства, благотворительности использование форм сетевого взаимодействия стало обязательным условием.

При сетевом взаимодействии происходит эффективное сотрудничество, обмен различными материалами и инновационными разработками, идет процесс работы над совместными проектами, программами. Однако надо понимать, что далеко не все образовательные организации готовы к построению сетевой системы внутренних и внешних коммуникаций. Существует проблема в реализации сетевого взаимодействия вследствие низкого уровня владения педагогами информационными и коммуникационными технологиями, неумением использовать интернет для решения образователь-

ных, культурных, социальных задач, а также проблема физического наличия интернета в информационной среде школы. При этом дети и молодежь используют интернет технологии куда как лучше взрослых, что делает их с одной стороны мобильными, а с другой – уязвимыми. Существующие угрозы необходимо осознавать и внедрять технологии по уходу от опасностей. Социальные медиа дают возможность непосредственному общению пользователей, которые загружают медийный контент в открытый доступ. Это расширяет возможности пользователей для трансляции на широкую аудиторию собственного контента – видео, блогов и текстов.

Круг возможных рисков в сети интернет: 1) заражение вредоносным программным обеспечением; 2) доступ к материалам с нежелательным материалом; 3) азартные и жестокие игры; 4) интернет-зависимость.

Это риски, с которыми столкнутся организаторы общественного движения, детского оздоровительного отдыха при построении системы сетевого взаимодействия.

Формирование основных навыков общения, отбора и обмена информацией возможно в различных формах: «в процессе учебной деятельности; во внеурочных формах работы; в форме личного общения «взрослый – ребенок»; через консультирование и информирование».<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Медиабезопасность школьника: опыт, проблемы, пути решения: Сборник материалов областной научно-практической конференции (26 февраля 2014 года) / под общ.ред С.В. Вершинина. – Ульяновск: УИПКПРО, 2014. С.10.



## **Алгоритм обеспечения медиабезопасности детей и молодежи в сети интернет.**

ШАГ ПЕРВЫЙ. Формирование осмысленного отношения к получаемой информации.

ШАГ ВТОРОЙ. Изучение нормативно-правовых документов по вопросам защиты детей от информации, причиняющих вред их здоровью и развитию.<sup>13</sup>

ШАГ ТРЕТИЙ. Обучение выявлению недостоверных или манипулятивных признаков информации на типичных примерах.

ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ. Обучение основным технологиям противодействия недобросовестной информации.

ШАГ ПЯТЫЙ. Обучение эффективному поиску дополнительной информации в сети интернет.

ШАГ ШЕСТОЙ. Воспитание сетевой этикета.

---

<sup>13</sup> Федеральный закон РФ №436 –ФЗ от 29 декабря 2010 года «О защите детей от информации, причиняющий вред их здоровью и развитию»; Федеральный закон РФ №252-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющий вред их здоровью развитию»;

## **ТЕМА 5.**

### ***Информационная безопасность.***

### ***Безопасность в социальных сетях.***

### ***Деятельность вожатого по обеспечению***

### ***Интернет-безопасности***

Интернет открыл новые возможности для коммуникации, теперь гораздо проще общаться и работать. Сегодня для реализации деятельности российского движения школьников, вожатства, волонтерства, благотворительности использование форм сетевого взаимодействия стало неотъемлемым условием. Однако надо понимать, что далеко не все образовательные организации готовы к построению сетевой системы внутренних и внешних коммуникаций. Существует проблема в реализации такого взаимодействия вследствие низкого уровня владения педагогами информационными и коммуникационными технологиями, неумением использовать интернет для решения образовательных, культурных, социальных задач, а также проблема физического наличия интернета в информационной среде школы. При этом дети и молодежь используют интернет технологии куда как лучше взрослых, что делает их с одной стороны мобильными, а с другой – уязвимыми, т.к. информационное взаимодействие в сети скрывает довольно много опасностей.

Понимание того, как работают методы информационного воздействия, является основой для критического анализа действий в сети.

В соответствии с законодательством РФ под информационной безопасностью ребенка понимается состояние защищенности детей, при котором отсутствует риск, связанный с причинением информацией вреда их здоровью, физическому, психическому, духовному и нравственному развитию, в том числе информацией, распространяемой посредством сети Интернет.

В общем случае под риском или угрозой понимают возможность наступления некоего события, влекущего за собой негативные последствия.

Существует большое количество видов и методов манипулирования, которые широко описывает И.М. Ажмухамедов<sup>14</sup>, мы рассмотрим некоторые из них и приведем примеры, адаптированные для школьников:

Психологическая атака – метод активного воздействия на психику человека, целью которого является отключение логического мышления. Человека побуждают к нужной реакции посредством произведения (отрицательного или положительного) или через введение в состояние растерянности. Например, школьник получает по электронной почте письмо, адрес которой можно легко узнать из открытых источников (социальные сети, блоги, форумы и проч.). В тексте злоумышленник с помощью психологического воздействия принуждает его к выполнению определенных действий (перейти

<sup>14</sup> Ажмухамедов И.М. Решение задач обеспечения информационной безопасности на основе системного анализа и нечеткого когнитивного моделирования /Монография. – Астрахань 2012 / <https://arxiv.org/pdf/1204.3245.pdf>

посылке, скачать или запустить программу, просто открыть прикрепленный файл и т.п.).

Пример легенды такой атаки:

Текст письма, где отправитель просит «жертву» помочь составить генеалогическое древо. Интересно, что их фамилии совпадают, и всего-то нужно посмотреть прикрепленный файл с общей родословной. На самом же деле к письму прикреплена ссылка для скачивания, активирующая вирус.

Атаки технического характера не столь страшны для физического здоровья, в отличие от атак психологических.

Например, психологическое программирование является методом однообразного или настойчивого воздействия на психику человека. Цель такого воздействия – выработать алгоритм поведения и определенные образы мышления у «жертвы».

Примером психологического программирования может быть регулярная рассылка сообщений одной и той же тематики (например, с предложением участия в каких-нибудь квестах бесплатно). Допустим, что школьник, получив предложение интересного и бесплатного времяпрепровождения в первый раз, его проигнорировал. Однако, получив несколько похожих сообщений с предложением бесплатной апробации нового квеста, промо-акции квеста в честь каникул или акции «приведи друзей и пройди сам квест бесплатно», он, возможно, задумается и все же выполнит указанные действия в инструкции.

За приведенными выше методами скрываются угрозы нового типа, к которым зачастую не готовы ни семья, ни школа, ни,

конечно, сами дети. Это и суицидальные «игры», группы в социальных сетях, различные форумы, это сайты, распространяющие информацию о наркотиках, порнографии, разжигающие национальную рознь. Это экстремисты и террористы, которые занимаются вербовкой молодежи через социальные сети и мессенджеры, используя все те же манипулятивные технологии: вызвать доверие, чем-то заинтересовать, поддержать непонятого родителями, сверстниками, учителями подростка, чем-то помочь, что-то купить, просто встретиться погулять. Цель виртуального «знакомого-друга» проникнуть в мысли собеседника, стать частью его существования и постепенно менять картину реальности, примеров тому множество. «Жертва» может долго не понимать, в какой «сети» она оказалась.

Для обеспечения информационной безопасности детей перед нами стоит общая задача правильно и оперативно оценить степень угрозы информации, которую они получают или передают.

Формирование основных навыков общения, отбора и обмена информацией возможно в различных формах: «в процессе учебной деятельности; во внеурочных формах работы; в форме личного общения «взрослый – ребенок»; через консультирование и информирование».

### **Алгоритм обеспечения медиабезопасности детей и молодежи в сети интернет.**

**ШАГ ПЕРВЫЙ.** Формирование осмысленного отношения к получаемой информации.

ШАГ ВТОРОЙ. Изучение нормативно-правовых документов по вопросам защиты детей от информации, причиняющих вред их здоровью и развитию.

ШАГ ТРЕТИЙ. Обучение выявлению недостоверных или манипулятивных признаков информации на типичных примерах.

ШАГ ЧЕТВЕРТЫЙ. Обучение основным технологиям противодействия недобросовестной информации.

ШАГ ПЯТЫЙ. Обучение эффективному поиску дополнительной информации в сети интернет.

ШАГ ШЕСТОЙ. Воспитание сетевого этикета.

## **Список литературы:**

1. *Ажмухамедов И.М.* Решение задач обеспечения информационной безопасности на основе системного анализа и нечеткого когнитивного моделирования / Монография. – Астрахань 2012 / <https://arxiv.org/pdf/1204.3245.pdf>
2. *Жилавская И.В.* Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009.
3. *Жилавская И.В.* О современной концепции медиаинформационной грамотности и медиаобразования // Медиа. Информация. Коммуникация. 2012. № 3. <http://mic.org.ru/3-nomer-2012/125-o-sovremennoj-kontseptsii-mediainformatsionnoj-gramotnosti-i-mediaobrazovaniya>
4. *Жилавская О.П.* Медийно-информационная грамотность как целостное понятие в изменяющемся мире // Медиа. Информация. Коммуникация. 2016. №18 <http://mic.org.ru/18-nomer-2016/575-medijno-informatsionnaya-gramotnost-kak-tselostnoe-ponyatie-v-izmenyayushchemsya-mire>
5. *Загидуллина М.В.* Кузина Журналистика. – Челябинск, 2013.
6. Колесниченко А.В. Практическая журналистика: 15 мастер-классов: Учебное пособие для студентов вузов / А.В. Колесниченко. – М.: ЗАО Издательство «Аспект Пресс», 2014.
7. Педагогические аспекты формирования медийной и информационной грамотности / Суви Туоминен, Сиркку Ко-

тилайнен / Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании. – М., 2012.

8. *Пряхин М.Н.* Портретный очерк / [http://rudn.monplezir.ru/ocherk\\_kak\\_napisat.htm](http://rudn.monplezir.ru/ocherk_kak_napisat.htm)
9. Медиабезопасность школьника: опыт, проблемы, пути решения: Сборник материалов областной научно-практической конференции (26 февраля 2014 года) / под общ. ред. С.В. Вершинина. – Ульяновск: УИПКПРО, 2014.
10. Федеральный закон РФ №436-ФЗ от 29 декабря 2010 года «О защите детей от информации, причиняющий вред их здоровью и развитию».
11. Федеральный закон РФ №252-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющий вред их здоровью и развитию».



## Приложение 1

### План заседаний актива, редакционного совета

<b>№ п/п</b>	<b>Тема заседания</b>	<b>Дата проведения</b>	<b>Место проведения</b>	<b>Ответственный</b>	<b>Дополнительная информация</b>
1					
2					
...					
...					

## Приложение 2

### План встреч с интересными людьми в формате пресс-конференций

№ п/п	Тема пресс-конференции	ФИО приглашенного гостя	Дата проведения	Место проведения	Ответственный	Дополнительная информация
1						
2						
...						
...						

## Приложение 3

### План участия школьников в конкурсах, олимпиадах, слетах и фестивалях

№ п/п	Наименование мероприятия	Сроки проведения	Участники/ классы/ отряд	Организатор	Ответственный	Дополнительная информация
1						
2						
...						
...						

## Приложение 4

### План еженедельных сборов по обсуждению журналистских материалов юных корреспондентов

№ п/п	Повестка встречи	Дата проведения	Место проведения	Ответственный	Дополнительная информация
1					
2					
..					
..					



Владимилова Татьяна Николаевна

Фефелкина Анастасия Викторовна

**Информационно-медийное  
сопровождение вожатской деятельности**

*Методические рекомендации*

*Публикуется в авторской редакции*

Управление издательской деятельности  
и инновационного проектирования МПГУ  
119571, Москва, Вернадского пр-т, д. 88, оф. 446  
Тел.: (499)730-38-61  
E-mail: izdat@mpgu.edu

Подписано в печать 28.07.2017. Формат 60x90/16.  
Бум. офсетная. Печать цифровая. Объем 2,25 п. л.  
Тираж 1500 экз. Заказ № 687.

ISBN 978-5-4263-0514-4



9 785426 305144