

**Общероссийская общественно-государственная детско-юношеская
организация**

**«РОССИЙСКОЕ ДВИЖЕНИЕ ШКОЛЬНИКОВ»
МОСКОВСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

В.А. Плешаков

Е.А. Леванова

А.В. Коршунов

**Проект методических рекомендаций
по «Информационно-медийному» направлению
деятельности организации**

Москва – 2016

Реакционная коллегия: Чурикова Я.А., Поцелуев Д.Ю.,
Головенькина А.Н., Седова Е., Чернышев М., Ходорыч А.В.

СОДЕРЖАНИЕ

Вместо предисловия: современная притча.....	3
ВВЕДЕНИЕ.....	4
...	
Философия деятельности по информационно-медийному направлению РДШ.....	
Ценностно-смысловое содержание деятельности по информационно-медийному направлению РДШ.....	
Описание ключевых задач информационно-медийного направления деятельности РДШ.....	
ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ИНФОРМАЦИОННО-МЕДИЙНОМУ НАПРАВЛЕНИЮ РДШ.....	
Моделирование деятельности по информационно-медийному направлению РДШ.....	
Сводная таблица примерной структуры деятельности по информационно-медийному направлению РДШ.....	
Примеры моделей деятельности по информационно-медийному направлению РДШ.....	
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	
Список литературы.....	
Приложения.....	

ВМЕСТО ПРЕДИСЛОВИЯ: современная притча

Начало XXI в. Три современных мудреца поспорили о том, какое из изобретений и открытий людей имеет больше пользы для Человечества.

*Первый Мудрец сказал: «Безусловно, самым полезным изобретением для человечества является **письменность**. Ведь письменность стала формой существования языка. Благодаря письменности люди научились по-новому передавать информацию и накопленные знания от поколения к поколению».*

*«Конечно, письменность — это важное изобретение», — сказал Второй Мудрец, — но я считаю, что самым полезным изобретением для человечества стало **книгопечатание**. Именно **Книги стали кораблями Мысли**, странствующими по волнам Времени, бережно несущими свой драгоценный груз от поколения к поколению. Книга — инструмент насаждения Мудрости».*

*Третий Мудрец сказал: «Друзья мои, письменность и книгопечатание, несомненно, полезны для человечества, но ведь их изобрели очень давно, с тех пор люди сделали много новых открытий. **Электричество** является по-настоящему самым полезным открытием для человечества. Без него нельзя представить современную цивилизацию! Электричество используют для освещения, передачи информации, приведения механизмов в движение...»*

*«Простите, я случайно услышал ваш разговор, — вступил в их беседу молодой человек, проходивший мимо. — Уважаемые Мудрецы, а не кажется ли вам, что самым полезным изобретением для человечества стали **микروпроцессоры**? На их основе люди сначала создали, а теперь усовершенствуют современные компьютеры, мобильные телефоны, цифровые фотоаппараты и другую технику. Теперь у человечества есть много киберпомощников, есть Интернет как кладезь полезной и мусорка для бесполезной **информации**. Что вы скажете на это?»*

*И Три Мудреца хором ответили молодому человеку: «**Время рассудит...**»*

С Уважением, **В.А.**

Плешаков

ВВЕДЕНИЕ

Философия деятельности

по информационно-медийному направлению РДШ

На протяжении всей истории существования человеческой цивилизации происходили кардинальные изменения в области работы с информацией – **информационные революции** – ставшие, по мнению ученых, предпосылкой появления на рубеже XX–XXI вв. новой стратегии жизнедеятельности личности в обществе.

Первая информационная революция произошла в момент изобретения и распространения **письменности** (около 3500 лет до н. э.), когда появилась возможность по-новому фиксировать и передавать накопленные знания от поколения к поколению.

Вторая информационная революция (середина XVI в.) была вызвана изобретением **книгопечатания**, что радикально изменило индустриальное общество, существенно повлияло на развитие культуры, привело к реорганизации жизнедеятельности людей.

Третья информационная революция (конец XIX в.) обуславливалась открытием **электричества**, вследствие чего были изобретены и начали активно использоваться телеграф, телефон, радио, позволяющие опосредованно осуществлять коммуникационные процессы на больших расстояниях. В целом открытие электричества существенно продвинуло человечество на пути научно-технического прогресса.

Четвертая по счету, не просто информационная, но **информационно-технологическая революция**, по мнению аналитиков, произошедшая в середине XX в., заключалась в появлении **микропроцессорной техники**, создании компьютеров, зарождении и экстенсивном развитии компьютерных сетей, возникновении компьютерных баз данных, изобретении и дальнейшем развитии востребованных информационных, коммуникационных, электронных, компьютерных, цифровых, мультимедиа и интернет-технологий, посредством которых оперативно накапливалась, хранилась и передавалась информация любого объема.

В XX в. человеческая цивилизация активно начала позиционировать себя как информационное общество, исходя из объективного динамичного развития востребованной информационно-коммуникационной сферы.

Новая – **пятая информационная революция** (1990-е гг. – н. в.) – уже свершилась, позволив перейти современному человечеству на качественно новый этап эволюции цивилизации — **киберэволюцию** (эволюцию цифровых, мобильных и интернет-технологий), и стала катализатором социально-культурных, экономических и политических преобразований,

происходящих в современном мировом сообществе, интенсивно влияя на различные сферы жизнедеятельности личности в XXI веке.

Динамичное развитие и внедрение новых технологий практически во все сферы жизнедеятельности современного человека действительно затрагивают коренные вопросы его бытия, трансформации и функционирования различных структур и институтов общества, а также формирования новых механизмов культурного развития человечества, несколько поколений назад перешедшего фактически на сетевой уровень эволюции и деятельности.

Итак, на рубеже XX–XXI вв. началась **эпоха киберсоциализации человека** — время обретения навыков личностного развития и социального взаимодействия в киберпространстве.

КИБЕРСОЦИАЛИЗАЦИЯ ЧЕЛОВЕКА (от англ. Cyber- – общий универсальный префикс, объединяющий в группу префиксы e-, i-, net-, info-, techno-, computer-, media-, internet-, virtual- и т.п., + англ. Socialization – социализация) – **социализация личности в киберпространстве – процесс качественных изменений структуры самосознания личности и мотивационно-потребностной сферы индивидуума, происходящий под влиянием и в результате использования человеком современных информационно-коммуникационных, компьютерных, электронных, цифровых, мультимедиа, мобильной сотовой связи и интернет-технологий в контексте усвоения и воспроизводства им культуры в рамках персональной жизнедеятельности.**

В XXI веке человек находится в ситуации постоянно нарастающего темпа и ритма жизнедеятельности, при которых он практически постоянно вынужден осваивать новые способы деятельности, основанные на современных технологиях информационного общества.

«Информатизация, компьютеризация и интернетизация!» – эти слова уже стали своего рода девизом всех областей производства, науки и образования. В наше время – впервые в истории человеческой цивилизации – поколения идей и продуктов человеческой деятельности сменяют друг друга быстрее, чем поколения людей.

Жизнедеятельность и взаимодействие с другими людьми и миром в целом осуществляется человеком XXI века интегративно в двух социализирующих средах: **классической объективной реальности** (материально-предметной действительности) и **параллельно-альтернативной реальности киберпространства** (символьно-знаковой действительности), обе из которых и потенциально и фактически влияют

на становление и трансформацию **субъективной** (явления психики) **реальности** и действительности.

Сегодня **киберпространство – сетевое информационное воплощение ноосферы** – обретает приоритетные позиции для жизнедеятельности человека, удовлетворения его многочисленных современных потребностей, став средой поиска новых возможностей реализации и **трансформации классических видов деятельности: общения в киберкоммуникацию в Сети, игры в досуг в Сети, учения в познание в Сети и труда в работу в Сети.**

В итоге современный человек – представитель вида «Homo Sapiens» – становится ещё и «Homo Cyberus'ом» – **«человеком киберсоциализирующимся».**

Современные люди разных возрастов ежедневно сталкиваются с необходимостью использования различных гаджетов, производят с ними разнообразные действия, получая и обрабатывая с их помощью гигантские объемы информации.

Жизнь в XXI в. ставит человека в относительно жесткие условия, в которых он практически постоянно вынужден осваивать новые способы деятельности, основанные на современных технологиях.

Человек приходит к пониманию того, что удовлетворить часть своих потребностей он может, только освоив навыки операционального владения техникой и технологиями. Эти умения позволят ему совершенствоваться и успешно функционировать в социуме, обеспечат комфортную, безопасную, активную жизнедеятельность, будут способствовать его личностному, карьерному росту и благосостоянию.

Именно поэтому **развитие культуры киберсоциализации человека является насущной задачей современного воспитания, обучения и образования личности**, исходя из философии деятельности по направлению и **ряда важных фактуальных выводов и положений современности:**

1. Киберсоциализация личности как неотъемлемый признак современности затрагивает все слои общества, людей разных возрастов, социальных положений и статусов.

2. Технизация и технологизация быта, производства и других сфер жизнедеятельности общающегося, играющего, учащегося и работающего человека приводит к образованию специфических общественных явлений, освоению людьми новых ролей, функций и статусов, кардинальному изменению функционирования социальных институтов, появлению новых научных проблем и постановке практических задач по их решению, в частности, средствами киберпсихологии и киберпедагогики.

3. Прогнозируемые перспективы развития электронных, компьютерных, цифровых, мультимедиа, интернет- и др. технологий и их

влияния как на цивилизацию в целом, так и на отдельного человека в частности заставляют вырабатывать стратегии общественного развития на основе философских подходов в совокупности с концепциями социально-психологических, педагогических, а не только технических наук.

Ценностно-смысловое содержание деятельности по информационно-медийному направлению РДШ

Ценности, как идеальный продукт культуры цивилизации, усваиваются и воспроизводятся человеком в процессе воспитания. Ценности задают смыслы и приоритеты бытия личности, определяют цели, направления и виды активности человека.

Высшие духовные ценности человечества, основанные на критериях морали и нравственности, добра и зла, лжи и истины, справедливого и несправедливого, правомерного и противоправного, прекрасного и безобразного, регламентируют универсальные принципы и нормы отношений человека к самому себе, к другим людям, к миру в целом.

Усвоение и последующая трансляция культуры и высших духовных ценностей человечества способствует формированию мировоззрения человека, развитию его внутреннего мира и самосознания личности, актуализации стремления к личностному росту, самовоспитанию и самосовершенствованию.

Высшие духовные ценности человечества имеют общечеловеческое (мировое), национальное (народное), семейное (родовое) и индивидуально-личностное (персональное) значение для личности.

Ядро духовных ценностей человечества возможно попытаться дифференцировать по уровням (по нарастающей):

- Микро- (жизнь и ее смысл, гуманизм, милосердие, свобода, честь, совесть, достоинство, справедливость, доброта, дружба, любовь, счастье, вера, самоотверженность, рассудительность, долг, терпение, ответственность, права и обязанности и др.);
- Мезо- (семья, отчий дом, род, образ жизни, поведения и общения и др.);
- Макро- (Родина, святыни страны, национальная геральдика, единство нации, родной язык, народная культура и традиции, патриотизм и др.);
- Мега- (мир на Земле, биосфера как среда обитания человека, ноосфера как сфера разума человечества, мировая наука и культура и др.).

С помощью транслирования духовных ценностей всех представленных уровней от поколения к поколению, от человека к

человеку, открывается доступ к ноосфере и хранящимся в ней идеям, конкретным знаниям, практическим умениям, навыкам и т.д.

Система ценностных ориентаций является основой развития личности и становления Я-концепции, регулирует эти процессы. Особенно сензитивным и активным периодом для этого является личностное и профессиональное становление индивида подросткового и юношеского возраста.

В эпоху киберсоциализации происходит существенное изменение процесса формирования и трансляции ценностных ориентаций людьми, особенно детьми, подростками и молодежью, наиболее активно практикующими социализацию в киберпространстве как сетевом информационном воплощении ноосферы.

В социальных практиках киберсоциализации закрепились и по-настоящему четко прослеживаются две разнонаправленные интенции, образующие диалектическое единство: **дифференциация и интеграция.**

Так, с одной стороны, наблюдается **стремление личности к индивидуализации в киберпространстве** – утверждению своей уникальности посредством самореализации и самовыражения (что в конечном итоге способствует атомизации общества и самого киберпространства).

С другой стороны, **личность в киберпространстве испытывает референтную потребность в аффилиации** (принадлежности к определённым группам в Сети, интернет-сообществам) и **идентификации** как соотнесения себя с определённой социальной группой или социальными структурами (что в результате способствует сплочению общества и коллективизации киберпространства).

В рассматриваемом аспекте социальные практики жизнедеятельности человека в контексте киберсоциализации составляют сущность и содержание самореализации личности в условиях глобальной информатизации общества, исходя из **четырёх основных векторов киберсоциализации человека, ставших новыми опосредованными видами деятельности личности в Сети:**

1. **Коммуникация в киберпространстве** (коммуникация в Сети или киберкоммуникация) представляет собой деятельность по установлению и развитию контактов между людьми посредством киберпространства. Включает в себя: обмен информацией, взаимное её смысловое и экспрессивное восприятие, попытки влияния друг на друга.

Основные опасности киберкоммуникации:

• **троллинг** — размещение в киберпространстве интернет-среды (чаще всего на форумах, в интернет-сообществах, на страницах блогов и т.п.) провокационных сообщений и/или комментариев с целью вызвать спор ради спора, создать конфликтную ситуацию между участниками,

спровоцировать взаимные оскорбления и т.п. Такого интернет-хулигана, занимающегося троллингом, называют *троллем*, что совпадает с названием враждебного человеку мифологического существа. Троллинг является настоящим социальным феноменом: ведь троллями не рождаются, троллями становятся, часто эволюционируя в буллеров (занимающихся буллингом), в результате развития девиантного поведения в процессе воспитания, совершенствования навыков агрессивной и провокационной киберкоммуникации;

- *кибербуллинг* — использование возможностей и свойств киберкоммуникации, чтобы запугать человека, как правило, сообщениями угрожающего содержания или размещением неправдивой, а также компрометирующей информации о нем. Корни кибербуллинга кроются в распространенном поведении маленьких детей и подростков, которые часто дразнят и обзывают друг друга в целях притеснения (буллинг). Кибербуллинг может перерасти в киберхарасмент и даже *секстинг* (пересылку сообщений, фото и видео интимного содержания);

- *киберхарасмент* — сетевое домогательство в виде прямых или косвенных оскорблений и угроз, недоброжелательных замечаний, грубых шуток или инсинуаций, нежелательных электронных писем или звонков на сотовый (мобильный) телефон, показ оскорбительных или унижительных фотографий, видео и т.п., вплоть до секстинга.

2. ***Досуг в киберпространстве*** (досуг в Сети или кибердосуг) — деятельность во время, свободное от работы, учебы и домашних обязанностей, используемое для отдыха, восстановления, расслабления, хобби, игры и других культурных занятий, которое человек проводит посредством ресурсов киберпространства.

Основной опасностью досуга в киберпространстве является *кибераддикция* (зависимость от киберпространства) как вид нехимической зависимости; психическое расстройство, проявляющееся в навязчивом желании человека погрузиться в среду, созданную посредством электронных, компьютерных, цифровых, мультимедиа и интернет-технологий и средств сотовой (мобильной) связи.

3. ***Познание в киберпространстве*** (познание в Сети или **киберпознание**) представляет собой деятельность в процессе приобщения к знаниям человечества, хранящимся в киберпространстве, необходимым человеку для понимания опыта жизнедеятельности и взаимодействия с миром, с другими людьми и с самим собой.

Основной опасностью познания в киберпространстве становится потребление *спама* (дословно — практически бесполезной информации), а также усвоение недостоверной, порою негативной для психики и опасной для личности информации из Сети.

4. **Работа в киберпространстве (работа в Сети или кибертруд)** – деятельность, осуществляемая человеком в киберпространстве, в процессе которой он, используя орудия труда, воздействует на реальность, меняя и используя её в целях создания продуктов труда, необходимых для удовлетворения своих потребностей в условиях реальной жизнедеятельности и в киберпространстве.

Основной опасностью работы в киберпространстве является практическая *относительная ненормированность труда*, поскольку человек нередко вынужден, стремясь быстро добиться успеха и удержаться на востребованных позициях, трудиться чуть ли не по геймерской формуле «24×7» (двадцать четыре часа умножить на семь дней в неделю), пренебрегая правилами гигиены труда, что наносит непоправимый вред его психофизическому здоровью (накапливается усталость, начинают болеть глаза, портится осанка и многое др.), в результате чего развиваются соответствующие заболевания.

Современная жизнедеятельность человека, связанная с коммуникацией, досугом, познанием и работой в киберпространстве способствует распространению многочисленных социальных практик жизнедеятельности, включая:

- обретение и рефлексию опыта персональной и совместной деятельности с другими людьми;
- освоение и интериоризацию социокультурных норм, образцов, способов действий и правил поведения;
- осознание и презентацию личных и коллективных результатов и достижений.

Необходимо подчеркнуть, что **социальные практики жизнедеятельности человека в контексте киберсоциализации могут иметь как позитивный, так и негативный характер.**

В целом целесообразно говорить о **единстве четырех ипостасей человека в современном информационном обществе:**

- он и **объект киберсоциализации** (киберпространство объективно влияет на его жизнедеятельность),
- и **субъект киберсоциализации** (человек удовлетворяет разнообразные потребности посредством киберпространства),
- и **жертва киберсоциализации** (он подвергается типичным опасностям киберпространства, негативно влияющим на последствия его киберсоциализации),
- и реальная и/или латентная **жертва неблагоприятных условий киберсоциализации** (человек испытывает объективные и/или субъективные трудности в контексте киберсоциализации).

Кроме того, человек XXI века, как «витязь на распутье», оказывается перед выбором одного из **трех глобальных возможных сценариев**

жизнедеятельности, детерминирующих его социальные практики в контексте киберсоциализации:

- намеренно отказаться от использования современных технологий и техники, т.е. **быть киберстерильным**. Данный сценарий зачастую актуализирует у человека роль «изгоя» современного динамичного общества, «помешанного» на технологиях. Стоит упомянуть, что возможен разумный *медиаскетизм* («цифровое воздержание»), которому свойственны некие волевые решения человека по осознанному ограничению качества и количества используемых им современных технологий в контексте жизнедеятельности.
- **стать гиперактивным и круглосуточным потребителем** многочисленных и разнофункциональных современных технологий и техники. Из-за чего человек становится неразумным «скопидомом-рабом» технологий. На практике это, фактически, приводит к киберзависимости, поскольку в случае неограниченного и зачастую бесконтрольного использования технологий, они фактически «подчиняют» себе человека: его время, разум, действия и т.д.
- или **встать на путь безопасной, успешной и мобильной киберсоциализации**, т.е. полноценного применения современных технологий и техники в контексте интеграции жизнедеятельности в условиях предметной действительности и символично-знаковой реальности киберпространства, что позволит осознанно конструировать свой внутренний мир на основе ориентации в культуре, ценностях, нормах и правилах, приспособляясь и обособляясь, развиваясь как неповторимая личность, умеющая сосуществовать с другими, как человек, способный к осознанию и решению проблем самого разного характера и т.д.

Новое тысячелетие ознаменовано многими новаторскими достижениями человеческого разума. Желание мыслить и мысль у Homo Sapiens'a отобрать нельзя. Человек будет и дальше стремиться изучить неизведанное, открыть неоткрытое, познать непознанное.

Исходя из прогнозов ученых разных областей знания, аналитиков и футурологов, **совсем скоро произойдет шестая информационная (информационно-кибернетическая) революция, связанная с внедрением и популяризацией концепции Интернета вещей, экспансией уже изобретенных молекулярных и нанокomпьютеров, созданием нейронета, а также совершенствованием искусственного интеллекта**. Будут созданы по-настоящему «умные киберустройства» — помощники человека, а мы можем стать свидетелями не только становления предсказанной фантастами параллельной человеческой

цивилизации искусственного интеллекта, но и практического научного трансгуманизма¹.

Таким образом, ценностно-смысловое содержание деятельности по направлению должно опираться на ряд основных положений **киберонтологической концепции развития личности и жизнедеятельности человека XXI в.:**

- модель жизнедеятельности человека в XXI в. строится с учетом существования «параллельной» современному миру реальности — киберпространства;
- в социальные процессы включается процесс киберсоциализации личности, который, имея сегодня зачастую стихийный характер, может и должен приобретать контролируемый или относительно направляемый характер, выражающийся в раскрытии позитивного потенциала электронной, компьютерной, цифровой и т.п. техники для организации эффективной жизнедеятельности современного человека, нивелируя негативные последствия киберсоциализации;
- киберпространство предоставляет возможности для удовлетворения потребностей, раскрытия способностей, обеспечения эффективной профессиональной деятельности и комфортной повседневной жизни человека, исходя из его психовозрастных, гендерных, социокультурных, этноконфессиональных, личностных и индивидуальных и иных особенностей и ценностных ориентаций.

Основная роль киберонтологической концепции заключается в регулировании развития личности и жизнедеятельности человека в киберпространстве с учетом современных условий и тенденций воспитания, а также ближних и дальних перспектив эволюции человечества.

Описание ключевых задач

информационно-медийного направления деятельности РДШ

Основная ЦЕЛЬ информационно-медийного направления деятельности РДШ: **обеспечение мотивации и объединения школьников в современное детское движение, которое способствует воспитанию будущих граждан как коммуникативных, творческих, свободно мыслящих личностей, обладающих аналитическим мышлением, умением аргументировано отстаивать свою позицию,**

¹ Трансгуманизм, согласно его последователям, представляет собой рациональное мировоззрение, основанное на осмыслении достижений и перспектив науки. Трансгуманисты признают возможность и желательность фундаментальных изменений в положении человека с помощью передовых технологий с целью ликвидировать страдания, старение и смерть, а также значительно усилить физические, умственные и психологические возможности человека.

владеющих современными медиакомпетенциями и имеющих высокий уровень медиакультуры.

Достижение данной цели предполагает совершенствование государственной политики в области воспитания детей, подростков и молодежи на основе содействия развитию личности в контексте присущей российскому обществу системы ценностей.

В этой связи **ключевыми ЗАДАЧАМИ** становятся:

1. разработка и реализация в образовательных организациях модели многофункциональной системы информационно-медийного взаимодействия всех участников РДШ;
2. создание в образовательных организациях информационно-медийных центров (ИМЦ) для реализации системы информационно-медийного взаимодействия участников РДШ;
3. создание программы по подготовки кадров для реализации системы информационно-медийного взаимодействия участников РДШ;
4. разработка комплекса организационно-методических материалов для реализации системы информационно-медийного взаимодействия участников РДШ;
5. разработка индикаторов и критериев оценки деятельности всех структурных элементов системы информационно-медийного взаимодействия участников РДШ;
6. создание системы взаимодействия с информационно-медийными партнерами.

ОСНОВЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПО ИНФОРМАЦИОННО-МЕДИЙНОМУ НАПРАВЛЕНИЮ РДШ

Цель и задачи определяют **перечень основных направлений информационно-медийной деятельности РДШ:**

1. *Создание школьных пресс-центров.*
2. *Создание в образовательных организациях дискуссионных площадок, в том числе в цифровой среде*
3. *Организация многоуровневых конкурсов медиатворчества.*
4. *Организация сетевого взаимодействия участников РДШ.*

Таблица 2. Основные направления информационно-медийной деятельности РДШ

	Направления информационно-медийной деятельности РДШ	Описание деятельности по направлению
1.	<i>Создание школьных пресс-центров</i>	<p>Школьный пресс-центр – это организованное сообщество детей и подростков, которые под руководством медиапедагога или вожатого, имеющего соответствующие медиакомпетенции, на основании партнерства и сотрудничества привлекаются к обсуждению и участию в решении школьных и внешкольных проблем социального характера и 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.</p> <p>Кроме того, деятельность пресс-центра способствует продвижению школы в информационной среде и обеспечивает</p>

		имиджевую составляющую работы РДШ.
2.	<i>Создание образовательных организаций дискуссионных площадок, в том числе в цифровой среде</i>	<p>Под дискуссионными площадками понимаются разного рода пресс- и киноклубы, организация дискуссий, полемических встреч по актуальным темам, а также прочие формы открытого речевого и интеллектуального развития, позволяющие школьникам формировать способности аргументировано высказывать свою позицию, грамотно формулировать мысли, слушать друг друга и отстаивать свою точку зрения. Это создание пространства для общения личностей, имеющих свой взгляд на мир и желание делиться этим взглядом с другими.</p> <p>В рамках этой деятельности осуществляется координационная работа с организациями-партнерами по привлечению в качестве экспертов дискуссионных площадок известных представителей власти и общественных деятелей города и края, творческой интеллигенции, представителей медиасферы. Организация дискуссионных площадок предусматривает применение различные форм мероприятий: дискуссии по различным темам, видеолектории, круглые столы, дебаты, деловые и творческие встречи, мастер-классы, интерактивы и проч. В рамках дискуссионных площадок создаются условия для действенного участия школьников в социальных инициативах, для свободного обмена мнениями, личностного самовыражения в онлайн и офлайн среде.</p>
3.	<i>Организация многоуровневых конкурсов медиатворчества</i>	Деятельность РДШ по информационно-медийному направлению должна строиться на конкурсной основе. Учитывая, что в школах и других образовательных организациях в настоящее время уже существует множество различных конкурсов медиатворчества, необходимо, используя

		<p>имеющийся потенциал, организовать соревнование между школьниками таким образом, чтобы они, участвуя в традиционных конкурсах, имели возможность представить свои работы в других номинациях, предложенных РДШ. Это позволит одновременно вписать идеи РДШ в широкий региональный контекст и вывести имеющиеся в регионах конкурсы на новый, более высокий уровень.</p> <p>Целью конкурсов медиаторчества является формирование и развитие у школьников современных медиакомпетенций, которые позволяют им реализовывать свои замыслы в окружающей информационной среде и успешно выстраивать позитивные коммуникации. Конкурсы могут быть различными по тематике, в зависимости от цели, поставленной организаторами, и по форматам итоговых медиапродуктов – письменные формы (газеты, журналы, отдельные спецвыпуски, рубрики, авторские колонки), аудио, видео, фото, цифровые форматы (компьютерная графика, анимация, web-дизайн, видео- и фотомонтаж, телерепортажи, документальные фильмы, социальные ролики, блоги и страницы в соцсетях и т.д.).</p>
4	<p><i>Организация сетевого взаимодействия участников РДШ</i></p>	<p>Обязательным условием реализации деятельности РДШ является использование форм сетевого взаимодействия всех участников движения – учителей, вожатых, школьников, родителей, представителей различных социальных групп. Актуальность сетевого взаимодействия сегодня заключается в том, что оно предоставляет цифровые технологии, позволяющие динамично развиваться любой организации или проекту. При сетевом взаимодействии происходит эффективное сотрудничество, обмен различными материалами и инновационными</p>

	<p>разработками, идет процесс работы над совместными проектами, программами.</p> <p>Однако надо понимать, что сегодня 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 образовательных, культурных, социальных задач, а также проблема физического наличия интернета в информационной среде школы. Это риски, с которыми столкнутся организаторы РДШ при построении в школах системы сетевого взаимодействия.</p>
--	--

Субъекты РДШ, организующие и реализующие деятельность по информационно-медийному направлению

Организаторы процесса:

- руководители образовательных организаций,
- школьные вожатые.

Партнеры:

- учителя;
- педагоги дополнительного образования – руководители школьных теле-, фото- и радиостудий, редакторы школьных газет и журналов, руководители пресс- и медиacentров;
- школьные библиотекари;
- депутаты, представители различных городских сообществ, власти, бизнеса, культуры, спорта, экологических и краеведческих организаций и т.д.;
- представители средств массовой информации, сферы информационно-коммуникационных технологий и других информационно-медийных организаций.

Участники Российского движения школьников:

- обучающиеся образовательных организаций,
- родители.

Ресурсное обеспечение информационно-медийного направления деятельности

Ресурсы

– *Кадровые ресурсы*

Ключевую роль в организации работы по информационно-медийному направлению РДШ играют вожатые, педагоги -организаторы.

Медийно-информационная грамотность (ЮНЕСКО) – это совокупность знаний, установок, умений и навыков, позволяющих получать доступ к информации и знаниям, анализировать, оценивать, использовать, создавать и распространять их с максимальной продуктивностью в соответствии с законодательными и этическими нормами и с соблюдением прав человека. Медиа- и информационно грамотный человек может использовать различные средства, источники и каналы информации в личной, профессиональной и общественной жизнедеятельности. Он знает, когда и какая информация требуется и для чего, где и как ее можно получить. Он понимает, кто и с какими целями создал и распространяет эту информацию, он имеет представление о ролях, функциях и ответственности СМИ, институтов памяти и других поставщиков информации. Он может анализировать информацию, сообщения, представления и принципы, транслируемые медиа и другими производителями контента, определять достоверность получаемой и создаваемой информации по ряду общих, личных и контекстуальных критериев. Медиа- и информационная грамотность выходит за рамки владения коммуникационными и информационными технологиями и включает в себя навыки критического мышления, осмысления, и интерпретации информации в различных областях профессиональной, образовательной и общественной деятельности. Медиа- и информационная грамотность предполагает умение работать с любыми источниками информации (устными, письменными, аналоговыми и электронными/цифровыми), а также со всеми видами и типами информационных ресурсов.

Существенную роль в организации работы по информационно-медийному направлению могут сыграть те медиапедагоги, которые работают со школьниками по программам школьного медиаобразования, ведут курсы и кружки журналистики, практические занятия по выпуску школьных газет и журналов, работают с сайтом школы, в студиях теле- и радиожурналистики, фото- и видеосъемки и т.д.

Неотъемлемым элементом системы информационно-медийного направления РДШ могут стать школьные библиотеки и библиотекари, которые в настоящее время получают статус педагога-библиотекаря и имеют достаточно высокий уровень информационной грамотности.

– Организационно-методические ресурсы

В качестве организационно-методических ресурсов выступают те образовательные программы и проекты, которые имеются в образовательной организации. Они определяют профиль школы, ее специфику, конкурентные преимущества. На их основе, с учетом профилизации, может строиться деятельность РДШ. Это определенной тематики кружки и курсы дополнительного образования, специальные мероприятия, приглашенные преподаватели, партнеры в лице вузов, профессиональных организаций.

В соответствии со спецификой школы должны выстраиваться и методические рекомендации по организации работы РДШ. Набор методических пособий должен обеспечивать деятельность вожатых, педагогов, школьных библиотекарей, родителей, школьников.

– Материально-технические ресурсы

Материально-технические ресурсы для РДШ – это весь комплекс материально-технических средств для создания и тиражирования медиапродуктов, производимых школьниками и предназначенных для распространения. Это сеть персональных компьютеров или ноутбуков, а также диктофоны, фотоаппараты, защищенное программное обеспечение и другие инструменты ИКТ, которые позволяют вести информационно-медийную работу. Кроме этого, организаторам движения необходим постоянный и открытый доступ в интернет.

– Информационно-медийные ресурсы

Особо следует выделить информационные ресурсы как совокупность данных, знаний, сведений, а также источников информации. От уровня организации процессов сбора, накопления, хранения, поиска, передачи и методов обработки информации зависит эффективность системы управления всей организацией или процессом. Современная действительность, в том числе и система образования, характеризуется резким ростом значения информации, которая становится ключевым фактором успеха всех сфер деятельности. Образовательные организации обладают огромными информационными ресурсами, которые не всегда умело используют. Это образовательные программы, проекты и концепции, профессиональный уровень учителей и потенциал учащихся, компетенции родителей, коммуникативные внешние связи с разного рода партнерами, имеющими свои информационные ресурсы и т.д. Весь этот богатейший запас информации может быть непосредственным образом использован в информационно-медийном направлении в качестве

информационных поводов, сторителлинга, сценариев фильмов, очерков и фоторепортажей, сюжетов для журналистских расследований и т.д.

Кроме того, современные образовательные организации сегодня уже трудно представить без собственных медиа – газет, журналов, теле- и радиопрограмм, сайтов, групп в социальных сетях и т.д. Качество данных продуктов различное, но само наличие школьных средств информации значительно расширяет возможности школы в информационно-медийной сфере.

Формы работы

Деятельность организаторов РДШ по информационно-медийному направлению может быть реализована в различных формах. В частности, через информационно-медийные центры, где сосредотачивается вся система управления, теоретическая и практическая работа школьников в области медиа и информации.

ИМЦ может быть описан с трех позиций.

1. ИМЦ – это вожатые, преподаватели и учащиеся, которые готовы, способны и уполномочены формировать информационную повестку дня образовательной организации.

2. ИМЦ – это помещение, где сконцентрированы носители информации, размещается оборудование, необходимое для создания информационных продуктов и собираются участники ИМЦ для решения текущих вопросов и творческой работы. Это может быть библиотека, телестудия, редакция и т.д. Лучше, если все эти элементы информационно-медийной системы школы объединены в одно целое.

3. ИМЦ – это система управления человеческими и информационно-медийными ресурсами.

В структуре ИМЦ действуют пресс-центры, медиахолдинги, дискуссионные площадки, продумываются и реализуются разнообразные медиапроекты. ИМЦ может стать базовой площадкой для разворачивания деятельности РДШ по информационно-медийному направлению.

В структуру ИМЦ могут входить ресурсный центр (РЦ) и информационная служба. РЦ обеспечивает образовательную организацию необходимой информацией, систематически ведет локальную образовательную деятельность по повышению уровня медиа-информационной грамотности преподавателей, учащихся, родителей, проводит медиаобразовательные мероприятия, реализует медиапроекты, создает необходимые медиапродукты.

Информационная служба включает в себя:

- ученический пресс-центр,
- ученический медиахолдинг,
- службу общественных связей.

Информационная служба обеспечивает процесс сбора, обработки и распространения информации как внутри образовательной организации, так и во внешнем информационном пространстве.

В классах создаются пресс-центры, которые взаимодействуют как между собой, так и с ИМЦ. Примерные формы сетевого взаимодействия, которое устанавливается между структурными подразделениями: рассылка подборок информации с обратной связью, видеоконференции, участие в социальной сети преподавателей и учащихся образовательной организации, участие в совместных информационных мероприятиях, корпоративное обучение.

Управление системой осуществляется вожатыми, которые постепенно становятся медиаторами – специально подготовленными педагогами, профессионально владеющими ключевыми медиакомпетенциями. Подготовка медиаторов ведется в рамках курсов повышения квалификации педагогических кадров.

Таблица № 3. Примерная структура и форма деятельности

	Примерная структура и формы деятельности	Первичные критерии эффективности деятельности
1.	Презентация деятельности РДШ в СМИ (на федеральном, региональном и местном уровнях)	<p>Примерное количество и качество репортажей, статей, заметок и иных публикаций в СМИ федерального, регионального и местного уровней и Интернете (включая социальные сети), реакция на них общественности (обратная связь)</p> <p>Примерное количество проинформированных граждан РФ о деятельности РДШ (в том числе, примерное количество проинформированных потенциальных сторонников и участников Движения), обратная связь от них</p> <p>Статистически-значимое количество вовлеченных в деятельность РДШ новых сторонников и участников Движения, их социальные характеристики и обратная связь от них</p>
	Презентация и мультимедийная демонстрация направлений деятельности РДШ (на уровне образовательного комплекса) для потенциальных сторонников и участников Движения	<p>Примерное количество проинформированных потенциальных сторонников и участников Движения, обратная связь от них</p> <p>Статистически-значимое количество вовлеченных в деятельность РДШ новых сторонников и участников Движения, их социальные характеристики и обратная связь от них</p>
	Групповые и индивидуальные беседы с потенциальными сторонниками и участниками Движения	<p>Количество и тематика групповых и индивидуальных бесед с потенциальными сторонниками и участниками Движения, обратная связь от них</p> <p>Статистически-значимое количество вовлеченных в деятельность РДШ новых сторонников и участников Движения, их социальные характеристики и обратная связь от них</p>
	Групповые и индивидуальные беседы потенциальными сторонниками и участниками Движения	Количество и тематика групповых и индивидуальных бесед с потенциальными сторонниками и участниками Движения, обратная связь от них

		Статистически-значимое количество вовлеченных в деятельность РДШ новых сторонников и участников Движения, их социальные характеристики и обратная связь от них
	Мероприятия календаря дней единых действий РДШ и их информационно-медийное освещение	Количество и качество информационно-медийного освещения реализованных мероприятий календаря дней единых действий РДШ, обратная связь о них
		Количество и качество информационно-медийного освещения иных мероприятий, обратная связь
		Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения
2.	Анкетирование новых членов РДШ	Количество и качество заполненных анкет новых членов РДШ
	Групповые и индивидуальные беседы с новыми членами РДШ	Количество и тематика групповых и индивидуальных бесед с новыми членами РДШ, обратная связь от них
	Собеседование с участниками Движения и отбор в инициативную команду по информационно-медийной деятельности	Количество собеседований с участниками Движения
		Количество членов РДШ, отобранных в проектную группу по информационно-медийной деятельности, их возраст и иные социальные характеристики
	Групповые и индивидуальные беседы по информационно-медийной деятельности с участниками Движения	Количество групповых и индивидуальных бесед по информационно-медийной деятельности с участниками Движения, обратная связь от них
		Количество и качество предложений по реализации информационно-медийной деятельности РДШ участниками Движения
	Распределение ответственности среди участников Движения за направления информационно-медийной деятельности	Наличие ответственных за направления информационно-медийной деятельности РДШ, обратная связь от них

	<p>Мероприятия календаря дней единых действий РДШ и их информационно-медийное освещение</p>	<p>Количество и качество информационно-медийного освещения реализованных мероприятий календаря дней единых действий РДШ, обратная связь о них</p>
		<p>Количество и качество информационно-медийного освещения иных мероприятий, обратная связь о них</p>
		<p>Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения</p>
<p>3.</p>	<p>Мозговой штурм с участниками Движения по моделированию информационно-медийной деятельности РДШ</p>	<p>Количество и качество конкретных идей и моделей информационно-медийной деятельности РДШ (мероприятий, проектов, планов), предложенных участниками мозгового штурма</p>
		<p>Разработанные модели информационно-медийной деятельности РДШ (мероприятия, проекты, планы) на основе предложений участников мозгового штурма</p>
	<p>Групповые и индивидуальные беседы по информационно-медийной деятельности с участниками Движения</p>	<p>Количество групповых и индивидуальных бесед по информационно-медийной деятельности с участниками Движения, обратная связь от них</p>
		<p>Количество и качество предложений по реализации информационно-медийной деятельности РДШ участниками Движения</p>
	<p>Мозговой штурм с участниками Движения по реализации информационно-медийной деятельности РДШ (создание газет, радио, TV в образовательном комплексе; взаимодействие с местными и региональными газетами и журналами, радио и TV; подготовка и распространение просветительского тематического контента для детей разных возрастов; обработка и анализ</p>	<p>Количество и качество предложений по реализации информационно-медийной деятельности РДШ участниками мозгового штурма</p>
		<p>Количество и форматы созданных в образовательном комплексе газет, радио, TV</p>
		<p>Количество местных и региональных газет и журналов, радио и TV, с которыми достигнуты соглашения о взаимодействии и сотрудничестве с целями информационно-медийного освещения деятельности РДШ</p>

	результатов деятельности и т.д.)	Количество и качество подготовленного и распространенного просветительского тематического контента (тексты, рисунки, фото, аудио, видео и т.п.) для детей разных возрастов
		Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения
	Подготовка годового плана мероприятий с ответственными за направления информационно-медийной деятельности РДШ	Наличие и вариативная реализация годового плана мероприятий по направлениям информационно-медийной деятельности РДШ
		Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения
	Мероприятия календаря дней единых действий РДШ и их информационно-медийное освещение	Количество и качество информационно-медийного освещения реализованных мероприятий календаря дней единых действий РДШ, обратная связь о них
		Количество и качество информационно-медийного освещения иных мероприятий, обратная связь о них
		Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения
4.	Создание клубов и групп по интересам, тематических кружков (клуб ораторов, дискуссионный клуб, клуб юных журналистов, кружок актерского мастерства, кружок робототехники, кружок блогеров и т.п.).	Количество, тематика и регулярность функционирования созданных в рамках информационно-медийной деятельности РДШ клубов и групп по интересам, тематических кружков, наличие планов их работы и развития, обратная связь о них
		Количество вовлеченных в деятельность созданных клубов и групп по интересам, тематических кружков сторонников и участников Движения, их социальная характеристика и обратная связь от них
		Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения

<p>Мероприятия, связанные с разными видами искусства и творчества как способами восприятия, познания и преобразования мира: декоративно-прикладное, живопись, графика, музыка, скульптура, архитектура, литература, театр, опера, эстрада, цирк, хореография, балет, фотоискусство, радиоискусство, киноискусство, а также граффити, комикс, компьютерное, цифровое и медиаискусство</p>	<p>Количество, тематика и качество реализованных мероприятий (конкурсы, олимпиады, акции, фестивали, флешмобы, квесты и др.), связанных с разными видами искусства и творчества, их информационно-медийное освещение, обратная связь о них</p>
	<p>Количество вовлеченных сторонников и участников Движения в мероприятия, связанные с разными видами искусства и творчества, их социальная характеристика и обратная связь от них</p>
	<p>Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения</p>
<p>Посещение тематических музеев, выставок, участие в тематических экскурсиях, походах, туристических поездках, вечерах отдыха, квестах, играх и т.п.</p>	<p>Количество и тематика посещенных музеев, выставок, организованных экскурсий, походов, туристических поездок, вечеров отдыха, квестов, игр и т.п. информационно-медийной направленности, обратная связь о них</p>
	<p>Количество вовлеченных сторонников и участников Движения в посещение тематических музеев, выставок, участие в экскурсиях, походах, туристических поездках, вечерах отдыха, квестах, играх и т.п., их социальная характеристика и обратная связь от них</p>
<p>Реализация годового плана мероприятий, разработанного с ответственными за направления информационно-медийной деятельности РДШ</p>	<p>Количество и качество реализованных мероприятий годового плана деятельности по информационно-медийному направлению РДШ, обратная связь о них</p>
	<p>Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения</p>
<p>Мероприятия календаря дней единых действий РДШ и их информационно-медийное освещение</p>	<p>Количество и качество информационно-медийного освещения реализованных мероприятий календаря дней единых действий РДШ, обратная связь о них</p>
	<p>Количество и качество информационно-медийного освещения иных мероприятий, обратная связь о них</p>

5.	Групповые и индивидуальные беседы по реализованной информационно-медийной деятельности с участниками Движения	Количество групповых и индивидуальных бесед по реализованной информационно-медийной деятельности с участниками Движения, обратная связь от них
		Количество и качество предложений по модернизации и моделированию информационно-медийной деятельности РДШ участниками Движения
	Создание и распространение материальных и/или идеальных продуктов информационно-медийной деятельности	Количество и качество созданных и распространенных материальных и/или идеальных продуктов информационно-медийной деятельности (пресс-релизы, репортажи, заметки, мультимедийный тематический контент и т.п.), обратная связь о них
		Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения
	Оценка реализации годового плана мероприятий, разработанного с ответственными за направления информационно-медийной деятельности РДШ	Количество и качество реализованных мероприятий годового плана деятельности по информационно-медийному направлению РДШ, обратная связь о них
		Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения
	Мозговой штурм с участниками Движения по модернизации и прогнозированию информационно-медийной деятельности РДШ	Количество и качество предложений по модернизации и прогнозированию информационно-медийной деятельности РДШ участниками Движения
	Мероприятия календаря дней единых действий РДШ и их информационно-медийное освещение	Количество и качество информационно-медийного освещения реализованных мероприятий календаря дней единых действий РДШ, обратная связь о них
		Количество и качество информационно-медийного освещения иных мероприятий, обратная связь о них
		Количество задействованных и развиваемых информационно-медийных компетенций у участников Движения

--	--	--

Примеры моделей деятельности

по информационно-медийному направлению РДШ

При подборе и разработке форм деятельности обязательно необходимо учитывать:

- психовозрастные особенности целевой аудитории (тех самых потенциальных и новых сторонников и участников Движения, их возраст и пол, уровень мотивации, ожидания и интересы и т.п.);
- временные ресурсы (сколько времени имеется на моделирование и реализацию деятельности по информационно-медийному направлению, достаточно ли этого времени для достижения поставленной цели и задач);
- пространственные и технические возможности (место реализации деятельности и организация его пространства, возможности использования мультимедийного оборудования, при необходимости, и т.п.).

1. Групповые и индивидуальные беседы с потенциальными и новыми сторонниками и участниками Движения. Главная цель таких встреч: мотивирование и вовлечение детей и юношей в активное участие в мероприятиях РДШ и практическое познание специфики информационно-медийной деятельности участниками Движения.

Универсальный алгоритм встречи-беседы:

1. *Поприветствовать, представиться и познакомить участников встречи-беседы друг с другом.*

Старшему вожатому необходимо быть приветливым, открытым к контакту, стараться обращаться в процессе диалога к собеседникам по имени, что способствует созданию и укреплению конструктивных отношений.

2. *Сообщить на доступном языке цель, задачи и специфику деятельности по информационно-медийному направлению РДШ, ее организации, реализации и т.д. в формате группового или индивидуального диалога.*

Диалог желательно выстраивать в формате кратких сообщений старшего вожатого вперемешку с вопросами к целевой аудитории (собеседнику), ответы на которые, с одной стороны, позволят понять опыт и роли участия в мероприятиях информационно-медийной направленности, а также, с другой стороны, способствуют поддержанию и укреплению конструктивных отношений в ситуации позитивного общения.

Если говорить о *собеседовании с целью отбора в инициативную команду* по информационно-медийной деятельности РДШ, то старшему вожатому необходимо ориентироваться, в первую очередь, на наличие у потенциального кандидата таких личностных качеств, как дисциплинированность, совестливость и ответственность, уважительное отношение и тактичность в общении, отзывчивость и доброжелательность, стремление к социальной деятельности, во вторую очередь, на присутствие стойкого интереса и высокого уровня самомотивации к такой деятельности, и только в третью очередь на наличие определенного опыта подобной деятельности.

3. *Информирование* потенциальных и новых сторонников и участников Движения *о мероприятиях*, реализуемых в рамках информационно-медийного направления деятельности РДШ.

Целесообразен анонс предстоящих мероприятий и ознакомление с проведенными мероприятиями в мультимедийном формате, что наглядно демонстрирует результаты деятельности.

4. *Ответы на вопросы участников встречи-беседы.*

Они позволят избежать возникновения ситуации недоговоренности в результате беседы и обеспечат понимание старшим вожатым ценности и результативности проведенной встречи для ее участников.

5. *Обмен контактной информацией для установления связи.*

Способствует сбору данных о потенциальных сторонниках и участниках Движения, а также распространению и популяризации информационно-медийных ресурсов РДШ.

Групповые и индивидуальные беседы с потенциальными и новыми сторонниками и участниками Движения не должны быть излишне короткими (т.к. чрезвычайно сложно достичь поставленных целей, скажем, менее чем за 15 минут) или затянутыми (для детей младшего школьного возраста – ориентировочно 20-30 минут, старшего школьного возраста – ориентировочно 40-50 минут, смешанной аудитории – ориентировочно 30-40 минут).

Первичными критериями эффективности подобной деятельности становятся:

- количество, качество и тематика групповых и индивидуальных встреч-бесед (в том числе, собеседований с целью отбора) с потенциальными сторонниками и участниками Движения, обратная связь от них;
- статистически-значимое количество вовлеченных в деятельность РДШ новых сторонников и участников Движения, их социальные характеристики (возраст, пол, социальный статус, интересы, опыт и роли участия в мероприятиях

информационно-медийной направленности и т.д.) и обратная связь от них;

- количество и качество предложений по моделированию и реализации информационно-медийной деятельности РДШ.

2. Мозговой штурм с участниками Движения по моделированию, творческой реализации, модернизированию или прогнозированию информационно-медийной деятельности РДШ. Главная цель мозгового штурма: организованное стимулирование участников на создание и обмен творческими идеями по информационно-медийной деятельности РДШ.

Универсальный алгоритм организации мозгового штурма:

1. Постановка проблемы.

В начале этого – предварительного этапа мозгового штурма – старшим вожатым осознается, максимально детализируется и обозначается проблема из разряда моделирования, творческой реализации, модернизирования или прогнозирования информационно-медийной деятельности.

Далее старшим вожатым осуществляется отбор участников для тематического мозгового штурма из числа активистов Движения и членов инициативной группы информационно-медийного направления деятельности РДШ. После чего назначается удобное для всех и достаточное время (ориентировочно, несколько часов, оптимально – 60-90 минут на штурм для смешанной группы; для детей младшего школьного возраста – ориентировочно 30-40 минут, старшего школьного возраста – ориентировочно 60-90 минут) и место проведения мозгового штурма.

Только после этого проблема ставится непосредственно перед участниками мозгового штурма: сообщается ее значимость и содержание, известные факты и детали, трудности решения.

Например, такой проблемой может стать подготовка просветительского тематического контента для детей разных возрастов. Значимость данной проблемы очевидна, т.к. ее последовательное решение обеспечивает движение к основной цели направления, т.е. позволит подготовить участников Движения к безопасной, успешной и мобильной жизнедеятельности в условиях киберсоциализации общества и человека средствами информационно-медийного направления деятельности РДШ. Существующего просветительского тематического контента для детей разных возрастов недостаточно, его содержание и формат не всегда соответствует возрасту детей, подростков и молодежи. Созданный сверстниками контент актуален, его форматы современны, соответственно, он лучше воспринимается.

2. Генерация идей.

На данном – основном этапе мозгового штурма – чрезвычайно важно соблюдать главное правило: чем больше будет придумано идей, даже

самых на первый взгляд фантастических, тем лучше! Наоборот, необычные и даже абсурдные идеи приветствуются, т.к. они позволяют выйти за рамки стереотипов мышледеятельности, что обеспечивает поиск стандартных решений нестандартных проблем и нестандартных решений стандартных проблем.

Обязательное условие: категорический запрет на оценку и критику предлагаемых идей, т.к. это может негативно повлиять на творческий настрой участников процесса.

ВСЕ предложенные идеи необходимо фиксировать и наглядно демонстрировать участникам штурма (на доске, флипчате, ватмане, стикерах и т.п.), что способствует визуализации творческого процесса мышледеятельности и обеспечивает динамику последующих идей в части их комбинирования, совершенствования и поиска альтернатив.

3. Группировка, отбор и оценка идей.

Этот – финальный этап мозгового штурма – как правило, реализуется отдельно, с привлечением экспертов, что позволяет проанализировать сгенерированные идеи и, как результат, выделить наиболее ценные из них. На этом этапе оценка и критика идей не ограничивается, а наоборот, приветствуется. Основная задача – оценить все, даже самые абсурдные и фантастические идеи, т.к. в них может быть «рациональное зерно» и, как уже было сказано выше, именно благодаря разрушению стереотипов мышледеятельности могут быть найдены стандартные решения нестандартных проблем и нестандартные решения стандартных проблем.

Первичными критериями эффективности мозгового штурма становятся:

- количество и качество предложений по моделированию, творческой реализации, модернизированию или прогнозированию информационно-медийной деятельности РДШ участниками мозгового штурма;
- количество и форматы созданных по результатам организованных мозговых штурмов в образовательном комплексе газет, радио, TV;
- количество и качество подготовленного и распространенного просветительского тематического контента (тексты, рисунки, фото, аудио, видео и т.п.) для детей разных возрастов, созданного по результатам организованных мозговых штурмов.

3. Создание клубов и групп по интересам, тематических кружков (на примере организации дискуссионного клуба информационно-медийной направленности).

Дискуссионный клуб может стать еще одной актуальной и востребованной формой деятельности для участников Движения. Цель его

создания: оказать содействие в развитии компетенции детей, подростков и юношей уверенно и аргументировано изъясняться на заданные темы.

Так, например, 1 июня – в день защиты детей и БУМа (безопасной, успешной и мобильной) киберсоциализации, поводом для дискуссии могут стать существующие вполне конкретные вопросы, ответы на которые ищут все – и молодежь и взрослые, заинтересованные в безопасной, успешной и мобильной киберсоциализации:

– *В каком возрасте целесообразно давать доступ в киберпространство ребёнку и почему над этим стоит обязательно задумываться?*

– *Что делать, чтобы обезопасить ребенка (да и взрослого тоже!) от кибераддикции (зависимости от современных информационно-коммуникационных, компьютерных, электронных, цифровых, мультимедиа, мобильной сотовой связи и интернет-технологий)?*

– *Что такое киберэтикет и как им овладеть?*

– *Зачем и как контролировать деятельность детей и взрослых в киберпространстве Интернета и мобильных технологий сотовой связи?*

– *Понимая и избегая таящиеся в киберпространстве опасности, как помочь человеку любого возраста с пользой проводить в нём время?*

Главное условие при организации дискуссионного клуба, регулярность встреч его участников (допустим, 1-2 раза в месяц), актуальность и востребованность тем (которые могут быть выработаны, например, с помощью мозговых штурмов).

Соответственно, первичными критериями эффективности деятельности дискуссионного клуба становятся:

- количество, тематика и регулярность встреч дискуссионного клуба, наличие планов работы клуба и стратегии его развития;
- количество вовлеченных в деятельность дискуссионного клуба сторонников и участников Движения, их социальная характеристика, обратная связь от них.

Описание представленных выше, а также других моделей и форм деятельности по информационно-медийному направлению РДШ можно найти в представленном в данных методических рекомендациях списке литературы и на портале общероссийской общественно-государственной детско-юношеской организации «Российское движение школьников» (<http://рдш.рф>), а еще лучше смоделировать и реализовать информационно-медийную деятельность и конкретные мероприятия вместе с участниками Движения!

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Организация, управление, координация, контроль и прогноз информационно-медийной деятельности РДШ в ситуации непрерывного мотивирования, стимулирования и поддержки старшим вожатым такой деятельности способствует развитию информационно-медийных компетенций у участников Движения и достижению основной цели направления – подготовить их к преобразованию безопасной, успешной и мобильной жизнедеятельности в условиях киберсоциализации общества и человека.

Желаемыми результатами, исходя из философии, ценностно-смыслового содержания деятельности и ключевых задач информационно-медийного направления становятся следующие **базовые компетенции** участников Движения:

- открытость к новой информации и потребность в ней;
- желание и умение самостоятельно ставить и обосновывать задачи конкретной деятельности, планировать и осуществлять деятельность, согласно цели направления;
- принимать осознанные решения на основе критически осмысленной информации и навыков представления и презентации информации;
- самостоятельно находить, анализировать, производить отбор, преобразовывать, сохранять, интерпретировать и осуществлять перенос и обработку информации, в том числе при помощи современных информационно-коммуникационных, компьютерных, электронных, цифровых, мультимедиа, мобильной сотовой связи и интернет-технологий;
- обрабатывать информацию, применяя логические операции (анализа, синтеза, обобщения, структурирования, прямого и косвенного доказательства, доказательства по аналогии, моделирования, мысленного эксперимента, систематизации материалов);
- использовать информацию для планирования и осуществления своей деятельности.

Тематическими информационно-медийными и киберкомпетенциями, как обладание совокупностью знаний, умений, навыков, конкретных способов действий, личностных качеств, определенного опыта, необходимых для осуществления продуктивной и безопасной жизнедеятельности в контексте киберсоциализации, становятся:

1. **Технические компетенции**, опирающиеся на начальные знания, общие умения и навыки работы с электронной, компьютерной и цифровой техникой:
 - знание правил техники безопасности и соблюдение экологических, медицинских, физических, физиологических и др. принципов, законов и правил при работе с электронной, компьютерной и цифровой техникой;
 - знание устройства электронной, компьютерной и цифровой техники на пользовательском уровне (названия основных составляющих, их назначение, функции и характеристики) и основных действий с ней (включение/выключение, элементарное техническое обслуживание – проверка на вирусы, ошибки, осуществление дефрагментации и др.);
 - умение работать с офисной, мобильной и мультимедийной техникой (принтер, сканер, копир, съемные запоминающие устройства, презентационные средства и др.).
2. **Программные компетенции**, сформированные на основе знаний, умений и навыков, связанных с работой в конкретных программных средах:
 - знание и умение работать в какой-либо программной оболочке (операционной системе);
 - навыки установки/удаления/обновления программного обеспечения электронной, компьютерной и цифровой техники;
 - навыки работы в офисных программах, текстовых и графических редакторах, медиапрограммах и др.
3. **Информационные компетенции**, связанные со знаниями, умениями и навыками работы с информацией:
 - знания, умения и навыки создания объектов информации (файлов, папок и др.) и их структуризации в электронной, компьютерной и цифровой технике;
 - навыки записи информации на запоминающие устройства (диски, флеш-накопители, съемные винчестеры и др.);
 - знание структурных составляющих информации (например, в Интернете: веб-страница, сайт, портал и др.);
 - знание правил регистрации и деятельности на различных интернет-сервисах и др.
4. **Учебно-познавательные компетенции**, опирающиеся на знания, умения и навыки решения познавательных задач:
 - навыки работы в обучающих и тестовых программах, поисковых системах;

- знание правил оформления выполненных работ по различным требованиям;
 - навыки участия в различных мероприятиях информационно-медийной направленности;
 - навыки работы с дистанционными формами обучения, консультирования, ведения переписки.
5. **Коммуникативные компетенции** общения посредством электронных, компьютерных и цифровых средств, навыки коммуникации в киберпространстве (киберкоммуникации):
- навыки осуществления коммуникации в киберпространстве (владение электронной почтой, сервисами мгновенного обмена сообщениями, социальными сетями интернет-среды и пр.);
 - навыки письменной речи на основе печатного текста, устной речи на основе голосовой и видеопередачи информации;
 - знание правил оформления электронных писем и сообщений, этикета и традиций голосового общения по телефону или с помощью компьютерных сервисов.
6. **Этические и юридические компетенции** в сфере юридических прав и обязанностей граждан, ответственности за противоправные действия:
- знание элементарных правил деятельности в киберпространстве и последствий неэтичных или неправомερных действий (рассылка спама, троллинг, буллинг и др.);
 - знание юридических прав и обязанностей при работе с электронной, компьютерной и цифровой техникой, непосредственно, в Интернете (соблюдение соглашений, авторских прав и др.).
7. **Профессиональные (общепрофессиональные, профессиональные и специальные компетенции):**
- знание и соблюдение правил, норм, здоровьесберегающих технологий работы с электронной, компьютерной и цифровой техникой (времени, оснащения рабочего места и др.);
 - навыки оформления документации с использованием ГОСТов, стандартов организаций, государственной и корпоративной символики;
 - соблюдение прав и обязанностей членов профессиональных интернет-сообществ;

- умение работать в специализированных и профессиональных программах и со специализированной электронной, компьютерной и цифровой техникой;
- моделирование объектов, явлений и процессов посредством соответствующих программ;
- навыки профессиональной киберкоммуникации (владение сервисами передачи информации, правилами ведения деловой переписки, действий с электронной подписью и др.)
- навыки самообразования по овладению нового программного обеспечения и обновления устаревших программ электронной, компьютерной и цифровой техники.

8. Узкоспециализированные компетенции в области информационных систем и технологий:

- навыки создания, дизайна, модерации и обслуживания веб-страниц, сайтов, порталов, форумов и др.;
- сервисно-эксплуатационные навыки (диагностика, обслуживание, наладка и ремонт электронной, компьютерной и цифровой техники);
- опыт создания тематического контента для детей разных возрастов.

В современном мире, когда ни одна область человеческой деятельности не обходится без применения электронных, компьютерных, цифровых и т.д. средств и технологий, **освоение участниками Движения информационно-медийных компетенций является необходимым условием для успешной учебной и будущей профессиональной деятельности.** Их формирование происходит как в результате целенаправленного обучения, так и самостоятельно и наиболее удачно в процессе организации и реализации информационно-медийной деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Бондаренко Т.А.* Трансформация личности в условиях виртуальной реальности. – Ростов н/Д: ИЦ ДГТУ, 2006. – 51 с.
2. *Воинова О.И., Плешаков В.А.* Киберонтологический подход в образовании / Под ред. В.А. Плешакова. – Норильск: Норильский индустриальный институт, 2012. – 244 с.
3. *Войскунский А.Е.* Психология и Интернет. Монография. – М.: Акрополь, 2010. – 439 с.
4. *Воропаев М.В.* Воспитание в виртуальных средах / Научный редактор А.В. Мудрик. – М., 2010. – 232 с.
5. *Данилюк А.Я., Кондаков А.М., Тишков В.А.* Концепция духовно-нравственного развития и воспитания личности гражданина России. – М.: Просвещение, 2009. – 23 с.
6. *Загвязинский В.И.* Исследовательская деятельность педагога: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. – изд. 2-е, испр. – М., 2008. – 173 с.
7. *Кара-Мурза С.Г.* Манипуляция сознанием. – М.: Эксмо, 2005. – 832 с.
8. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 458 с.
9. *Леванова Е.А.* Готовясь работать с подростками. 2-ое изд., доп. – М.: Прометей, 1994. – 162 с.
10. *Леванова Е.А.* Подросток: концепция психопластики личности. – М.: Изд-во Омега-Л, 2002. – 40 с.
11. *Леванова Е.А., Абраменко О.А., Волошина А.Г., Волошин А.Г., Вдовина О.В., Плешаков В.А., Попова О.И., Телегина И.О., Улитин И.И.* Вожатская мастерская. Руководство для начинающих. – М.: Изд-во Омега-Л, 2002. – 96 с.
12. *Леванова Е.А., Волошина А.Г., Плешаков В.А., Соболева А.Н., Телегина И.О.* Игра в тренинге. Возможности игрового взаимодействия. – 3-е изд. – СПб.: «Питер», 2012. – 208 с.
13. *Леванова Е.А., Плешаков В.А., Соболева А.Н., Гольшев Г.С.* Игра в тренинге. Личный помощник тренера. – СПб.: «Питер», 2011. – 368 с.
14. *Леванова Е.А., Шевченко С.И., Ковалевская М.В.* Родители и подростки: навстречу друг другу. – М.: Педагогическая литература, 2011. – 240 с.
15. *Лучинкина А.И., Юдеева Т.В., Ушакова В.Р.* Информационно-психологическая безопасность личности в интернет-пространстве. – Симферополь: Изд-во Диайпи, 2015. – 151 с.
16. Мастерская вожатого: руководство для начинающих и опытных. / Под ред. Е.А. Левановой. – М.: Педагогическое общество России, 2003. – 176 с.
17. *Моль А.* Социодинамика культуры. 3-е изд. – М.: Изд-во ЛКИ, 2008. – 416 с.
18. *Мудрик А.В.* Социализация человека. Учебное пособие. 3-е изд., испр. и доп. – М.: МПСИ; Воронеж: МОДЭК, 2011. – 623 с.
19. *Новиков А.М., Новиков Д.А.* Образовательный проект (методология образовательной деятельности). – М.: «Эгвес», 2004. – 120 с.
20. *Носов Н.А.* Виртуальная психология. – М.: Аграф, 2000 – 432 с.
21. *Обидина Т.В.* Эго-идентичность и киберсоциализация молодежи. Монография. / Под ред. В.А. Плешакова. – Saarbruecken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013. – 96 с.

22. Печерская Э.П., Звоновский В.Б., Меркулова Д.Ю., Плешаков В.А., Мацкевич М.Г., Саблина О.И. Интернет и дети: социальное поведение молодых россиян в Интернете: монография. – Самара: Изд-во Самарского государственного экономического университета, 2013. – 140 с.
23. Плешаков В.А. Теория киберсоциализации человека: монография / Под общ. ред. чл.-корр. РАО, д.п.н., профессора А.В. Мудрика. – М.: МПГУ; «Номо Cyberus», 2011. – 400 с.
24. Плешаков В.А. Киберсоциализация человека. Ver. 1.0. Монография. – Saarbruecken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012. – 556 с.
25. Плешаков В.А. Киберсоциализация человека: от Homo Sapiens'а до Homo Cyberus'а: Монография. – М.: МПГУ, «Прометей», 2012. – 212 с.
26. Ромм Т.А., Богданова Е.В. Воспитание. Волонтерство. Молодежь. – Новосибирск: Сибирское отделение РАМН, 2015. – 383 с.
27. Солдатова Г.У., Нестик Т.А., Рассказова Е.И., Зотова Е.Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. – М.: Фонд Развития Интернет, 2013. – 144 с.
28. Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 2010. – 784 с.
29. Тоффлер Э. Шок будущего. – М.: АСТ, 2008. – 560 с.
30. Тоффлер Э., Тоффлер Х. Революционное богатство. – М.: АСТ, 2007. – 576 с.
31. Федоров А.В. Медиаобразование и медиаграмотность. – Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 340 с.
32. Цымбаленко С.Б., Шариков А.В., Щеглова С.Н. Российские подростки в информационном мире (По результатам социологического исследования) – Москва: ЮНПРЕСС, 1999. – 44 с.
33. Чистяков А.В. Социализация личности в виртуальном пространстве. – Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2006. – 184 с.

Интернет-ресурсы:

1. Общероссийская общественно-государственная детско-юношеская организация «Российское движение школьников» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://рдиш.рф>
2. Информационно-просветительский интернет-портал «Номо Cyberus» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://homocyberus.ru>
3. Фонд развития Интернет [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.fid.su>

Данные об авторе:

Плешаков В.А., кандидат педагогических наук, доцент, профессор кафедры социальной педагогики и психологии факультета педагогики и психологии ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет» (МПГУ), ученый секретарь диссертационного совета Д 212.154.11 при МПГУ, главный редактор информационно-просветительского интернет-портала "Номо Cyberus" (<http://homocyberus.ru>), главный редактор электронного научно-публицистического журнала "Номо Cyberus" (<http://journal.homocyberus.ru>)

ДЕСЯТЬ ПРАВИЛ ДЛЯ СПЕЦКОРРЕСПОНДЕНТОВ²

Эта методика создания журнальных материалов, которую в свое время подготовил для лекции в Колумбийском университете. Лекцию я так и не прочитал, зато у меня под рукой появилась полезная инструкция, с которой я знакомил авторов, которые хотели со мною работать. Возможно вам эти советы покажутся банальными, да в них нет ничего уникального, однако эта методика работает, и в этом ее главная особенность.

Собственно, тот факт, что для исследования в той или иной сфере нужно поговорить с максимально возможным количеством экспертов, является общеизвестным. Количество информации должно перейти в качество – до этого приступать к подготовке материала нельзя.

И предлагаемая методика позволяет формализовать этот процесс таким образом, что, используя ее, даже не опытный журналист сможет готовить материалы достаточно высокого уровня.

Подчеркну, речь именно о журнальных материалах, причем исследовательски-расследовательского характера, для газеты использовать такую методику смертельно опасно.

Итак, собственно методика.

1. Изучи то, что было сделано ранее.

Чем глубже погрузишься в тему, тем эффективнее и полезнее будут встречи и беседы с экспертами. Хорошо изучить публикации по данной теме за 2–3 года, плюс изучить специализированные сайты и форумы на этих сайтах. Очень полезно прочитать литературу по данному вопросу, если такая литература есть. Я всегда стараюсь это делать. Даже когда это кажется лишним. В общем, нужно попытаться за 2–3 дня впитать в себя максимум подобной информации. Да и потом в процессе работы продолжать изучение материалов.

Но не лучше ли сразу быть экспертом в данной области, чем спешно пытаться стать им за несколько дней? Нет, не лучше. Изучая все поверхностно, ты можешь увидеть нечто такое, чего эксперт не может увидеть в силу своей профессиональной зашоренности, необходим свежий взгляд. А неповерхностный взгляд на ту или иную проблему получишь позже (см. пункт 2 и 3).

2. Сформируй несколько идей материала.

Нужно выбрать 2–3 эксперта рынка, встретиться и пообщаться с ними. Это должно быть не интервью, а беседа – иногда многочасовая, и не по телефону, а обязательно личная. Я, как правило, беседую по 2–4 часа. Исходя из такого опыта, если эксперт не может уделить тебе хотя бы 1.5 часа, следует договориться на другой день, либо выбрать себе другого собеседника.

Этот этап очень важен, поскольку от него зависит формирование оригинальной идеи статьи, на которую потом будут нанизываться факты. Поэтому из всей совокупности экспертов нужно выбирать общительных и словоохотливых людей, желательно по рекомендации журналистов, которые с ними уже общались. Либо на основании изученных массивов информации (1-ый этап) – из материалов СМИ всегда видно, насколько эксперт охотно идет на контакт.

² Материал подготовил Алексей Ходорыч, главный редактор «Классного журнала» (<http://www.classmag.ru>)

Не нужно стесняться задавать глупые вопросы, если эксперт видит искренний интерес, он расскажет все, что знает. Возможно, это все потом и не понадобится, но на этом этапе невозможно знать точно, что понадобится, а что нет.

Цель данного этапа – именно формирование идеи статьи, не более. Очень высокий соблазн после этих предварительных бесед – сесть и написать статью на заданную тему. Статья может получиться достаточно правдоподобной и любопытной, но цель другая – сделать действительно качественный и объективный материал. Поэтому информация, полученная на этом этапе, должна быть использована для подготовки дальнейших интервью на третьем этапе.

3. Подтверди, скорректируй, опровергни идеи.

По итогам бесед с экспертами, коллегами-журналистами, а так же по итогам изучения уже опубликованных на эту тему материалов (пункт 1), организуются интервью с другими экспертами. Желательно, как и в пункте 2, личное общение, но здесь уже допустим телефонный разговор, либо общение по e-mail. Чем больше интервьюируемых на данном этапе, тем лучше. Но их не должно быть меньше десяти, это минимум.

Главная цель этого этапа – проверка идей, которые родились на 1-ом и 2-ом этапах. Хорошо, если идеи будут подтверждаться. Еще лучше, если идеи будут опровергаться, что дает интригу, а интрига всегда должна быть в материале. Собеседники должны быть самыми разноплановыми. Как-то:

- операторы того или иного рынка, причем не только мощные, но и малоизвестные или середнячки – зачастую именно малоизвестные операторы дают информацию, которую уже потом вынуждены комментировать крупные операторы рынка;
- если есть конкуренты/враги, с ними нужно говорить в первую очередь, причем не скрывая того факта, что планируешь говорить с противоположной стороной;
- чиновники/представители госструктур, влияющие на ситуацию на том или ином рынке;
- исследовательские структуры, научные организации;
- исследователи, авторы книг на данную тему;
- наиболее известные журналисты, специализирующиеся на данной тематике;
- если рынок является нелегальным, либо на нем наряду с легальными структурами работают и нелегальные – их нужно найти (и пообщаться) в первую очередь частные лица и независимые эксперты – их можно эффективно искать через Интернет на специализированных форумах, либо через общественные организации;
- либо через комьюнити, где сам состоишь, – например я подписан на рассылку российских интернет-деятелей (ЕЖЕлист, ezhe.ru), среди них я всегда могу найти нужных экспертов практически на любую тему.

Вообще, если это возможно, нужно ВСЕГДА беседовать с первоисточниками – даже если их поиск затруднен, овчинка всегда стоит выделки.

Если на данном этапе вся фактура выстраивается любопытным образом (т.е. если есть интрига), если той можно приступать к написанию материала. Если же нет – продолжать работу. Это можно сравнить с накачкой лазера: как только энергии становится достаточно, луч пробивает защитный матовый слой, если энергии мало, нужно продолжать накачку.

Очень важно знать, что в любой теме всегда можно найти массу всего любопытного, если любопытное не найдено – значит просто нужно искать дальше.

Очень важный принцип: информацию необходимо искать до конца. Если кажется, что информации достаточно, все равно нужно искать еще больше информации. Это ВСЕГДА работает. Нередко ключевая фактура бывает найдена в самый последний момент, на этапе, когда, казалось бы, вся информация уже собрана.

Ищи фактуру всеми доступными способами.

Поиск фактуры, идей, мнений, комментариев не должен исчерпываться поиском доступных экспертов, которые на виду, и беседой с ними. Есть много иных методов, среди них можно рекомендовать работу с цифрами, Интернетом, оперативное внедрение, подкуп и работу с базами данных.

4. Работа с цифрами.

Цифры, добытые у экспертов, либо в отчетах, должны сопоставляться и анализироваться в обязательном порядке. Обороты рынка, объемы продаж, доли рынка – все эти цифры важны отнюдь не сами по себе, хотя и очень помогают выстраивать материал, они важны как метод поиска, зачастую сопоставление или поиск подобной цифровой информации позволяет посмотреть на многие вещи совершенно в ином аспекте. Например, вот кусок из моего материала, который показывает, что просто сопоставление открытой информации подчас приводит к впечатляющим результатам.

5. Интернет.

Размещение на специализированных форумах информации, что в данный момент идет подготовка текста на ту или иную тему, ВСЕГДА дает очень хороший результат. Этим методом нужно обязательно пользоваться.

6. Оперативное внедрение.

Если тема материала такова, что нужно лично убедиться в том, о чем ты пишешь, нужно всегда это делать.

7. Работа с базами данных.

Сопоставление разных баз данных способно дать очень интересную информацию.

8. Пиши материал так, чтобы тебе самому было интересно его читать.

При написании материала есть несколько важных принципов, которые нужно строго соблюдать.

Статьи должны представлять собой цельную структуру со стержневой идеей, на которую должны быть нанизаны факты, и несколькими сюжетными поворотами – идеально, если начало каждой последующей главы (всего глав может быть 3-5) как бы опровергало, спорило с финалом главы предыдущей.

Собственно, хорошая статья должна быть выстроена как интересный фильм – никакой затянутости, все понятно и интересно. Статья должна читаться на одном дыхании, быть понятной обычному человеку. Что угодно можно объяснить простыми словами. Научнообразность ни к чему. Статья даже на серьезную тему должна читаться как бестселлер.

Для этого статью нужно писать “из головы”, т.е. не заглядывая в записи. Это лучший фильтр, отсеивающий все неинтересные и малозначащие факты. Основная проблема материалов, на работу над которыми было потрачено много времени – они страшно трудно читаются. Если писать “из головы”, этого удастся избежать. Уже ПОСЛЕ написания нужно сверить готовую статью с журналистскими записями в блокноте.

В тексте не должно быть ничего лишнего. Когда берешь интервью, особенно на предварительном этапе, стараешься узнать все, что человек может сказать по данному вопросу. Пригодится это или нет – на этапе интервью не всегда понятно, статья может в итоге сложиться самым неожиданным образом.

В итоге, в среднем используется не более 10% полученной фактуры. Каждый текст должен быть максимально объективным. Здесь два момента. Во-первых, текст нужно выстраивать. Это значит – все ключевые моменты должны быть озвучены экспертами. Если есть некая важная идея, но нет эксперта – его можно найти уже под идею. Во-вторых, всегда должны присутствовать все точки зрения на ту или иную проблему. Журналист должен быть «над схваткой». Как же это согласуется с тем, что в каждой статье есть общая идея? Именно когда находишься «над схваткой», видна реальная ситуация – это и формирует общую идею.

9. Покажи текст специалистам.

Во многих редакциях действует правило, запрещающее показывать материал целиком перед его публикацией, кому бы то ни было. Но материал, который по сути является исследованием, показывать специалистам обязательно нужно.

Готовый материал необходимо показывать для ознакомления 2–3 специалистам, консультировавшим на этапе подготовки материала. Все их замечания должны быть самым тщательным образом учтены. На этом этапе иногда приходится добирать новую фактуру. Иногда материал существенно изменяется.

10. И не забудь прочитать свой текст многократно.

То, что в итоге получилось, ты должен читать с удовольствием. Если удовольствия нет – работу следует продолжить.

СОЗДАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-МЕДИЙНЫХ ЦЕНТРОВ (МЕДИАЦЕНТРОВ)

Цель медиацентра: повышение информационной грамотности современных детей, подростков и юношей.

Возможности: каждый школьник на базе медиацентра по собственному желанию может принимать участие во всех его проектах, реализуемых в рамках информационно-медийного направления деятельности Российского движения школьников.

Медиацентр, в зависимости от своего оснащения, позволяет детям и юношам освоить навыки информационного сопровождения школьных мероприятий в форматах:

- материал в школьную газету (печатная версия либо электронная газета на базе «ВКонтакте»);
- операторская работа (при наличии соответствующего оборудования);
- фоторепортаж (при наличии соответствующего оборудования);
- освещение мероприятий школы на официальных страницах в социальных сетях;
- работа на школьном радио.

На базе медиацентра каждый школьник получает возможность освоить навыки работы администратором школьного сайта, а также модератором группы в социальных сетях Интернета.

Алгоритм создания школьной электронной газеты на базе социальной сети Интернета «ВКонтакте»³

РДШ предлагает создать официальный паблик школы в «ВКонтакте», он может одновременно стать и онлайн-газетой или журналом для учеников школы.

Для успешного ведения такого паблика необходимо предпринять следующие действия:

1. Зарегистрировать группу во «ВКонтакте», которая станет онлайн-площадкой для размещения заметок, новостей и любых текстов редакции.
2. Предложить школьникам подписаться на паблик школы. Сформировать аудиторию из учеников и учителей.
3. Назначить главного редактора, который будет курировать и модерировать темы, подбирать авторов для публикаций.
4. Сформировать штат постоянных авторов из числа старшеклассников, создать контент-план публикаций.
5. Изучить интерактивные инструменты «ВКонтакте» (личные сообщения сообществ, VK LIVE, голосование, закрепленные посты).
6. Распечатать наклейки сообщества через vk.com/print. Распространить наклейки по инфостендам в школе.
7. Создать обсуждения внутри паблика по важным вопросам.
8. Обмениваться опытом ведения паблика в общей группе РДШ.

³ Материал подготовлен сотрудниками социальной сети Интернета «ВКонтакте» (<https://new.vk.com>)

О создании школьного радио⁴

Школьное радио – развлекательно-образовательное средство массовой информации, созданное и реализованное на базе радио-факультатива в рамках каждой школы РФ как инструмент освещения деятельности РДШ.

Школьное радио – публичная площадка, стимул к развитию, площадка для развития дискуссионной культуры, умения аргументировать. Инструмент влияния и формирование культурных и духовных ценностей у школьников, родителей и учителей.

1. Польза для школьников:

- 1) Получение навыков публичного выступления не только в эфире, но и в жизни.
- 2) Освоение интересной и востребованной профессии радиоведущего.
- 3) принять участие в жизни школы на новом уровне.
- 4) возможность заявить о себе в федеральном интернет-проекте "Радио Старт", вещающим на портале РДШ.

2. Организация школьного радио.

1) Необходимым техническим оборудованием, при условии уже существующей в школе радиосети для оповещения о ЧП являются: помещение радиорубки, микрофон, динамики в классах или (и) рекреациях, компьютер, усилитель.

2) Формирование редакции из числа учащихся младших, средних и старших классов: программный директор, шеф-редактор, ведущие рубрик, корреспонденты, ведущие новостей, звукорежиссеры и проч. Редакция работает под руководством ответственного педагога.

3) Формирование музыкальной базы и сетки программ.

3. Поэтапный запуск школьного радио.

1) Запуск музыкального вещания на переменах (с учетом поведенческих особенностей и музыкального вкуса детей разного возраста).

2) Запуск просветительских программ в праздничные дни.

3) Запуск специальных проектов (новости школы, физкультминутки, радиопьесы, полезные советы, стихи, беседы с родителями и учителями и проч.).

4) Проведение конкурсов внутри школы, районных, городских, областных, федеральных этапов. Примеры категорий для приема работ – «Развлекательная программа», «Просветительская программа», «Новости», «Интервью», «Программа о Победе», «Спортивная программа» и другие.

4. Поддержание имиджа радиостанции.

1) Создание факультатива "Школьное радио".

2) Отбор ведущих, сотрудников редакции в каждой четверти, триместре, полугодии.

3) Подведение годовых итогов, вручение школьной медийной премии с соответствующими номинациями (лучший корреспондент, лучший ведущий и проч.).

4) Победители примут участие в федеральном интернет-проекте "Радио Старт", вещающим на портале РДШ.

⁴ Материал подготовила Екатерина Седова, теле- и радиожурналист, директор «Школы радио» (<http://школарадио.рф>)

БЕЗОПАСНЫЙ ИНТЕРНЕТ ГЛАЗАМИ ДЕТЕЙ

(или 11 обязательных "НЕ" в Интернете)⁵

1. **Не афишируй в Сети всем подряд свой возраст.** Маленький пользователь Интернета нередко привлекает внимание мошенников, которые знают, что ребёнок более доверчив, легче идёт на контакт, не умеет распознавать обман.
2. **Не указывай в Сети свой домашний адрес, не объявляй, когда родителей нет дома.** Зачем? Ведь кому действительно надо – знают. Детям сообщать такую информацию просто небезопасно.
3. **Не давай никому в Сети свой номер телефона.** Ни домашнего, ни мобильного. Такую информацию злоумышленники могут использовать во вред ребёнку!
4. **Не выкладывай в общий доступ в Сеть свои фотографии и фотографии друзей.** В Интернете всегда есть риск того, что их могут использовать злоумышленники.
5. **Не сообщай свои пароли никому.** Человек любого возраста имеет право на неприкосновенность личной информации. Никто, не только незнакомцы, но и даже родители и учителя, не имеют право требовать пароли у ребёнка.
6. **Не верь всей и сразу информации, получаемой в Сети.** Есть выражение "доверяй, но проверяй". Интернет – не просто кладёзь полезной информации, но и «помойка» человечества, об этом надо помнить всегда и всем. Анализировать. Взвешивать. Думать.
7. **Не скачивай в Сети всё подряд.** Это банально опасно. Вирус в скачанных из Интернета файлах может нанести вред компьютеру, а информация в них – вред психике ребёнка.
8. **Не нарушай в Сети авторские права.** Любая информация, которую дети находят в Интернете, наверняка имеет автора. Правило простое: используя эту информацию, нужно указать источник.
9. **Не удалишь из Сети навсегда.** Раньше говорили так, "что написано пером – не вырубишь и топором". Эта присказка на все 1000% про Интернет. Дети, запомните, что все то, что Вы делали в Интернете не удалишь из Сети навсегда.
10. **Не оскорбляй в Сети никого.** Современный Интернет очень агрессивен. В первую очередь потому, что большинство пользователей Интернета считает, что их поведение безнаказанно. Ребенок, не уподобляйся им! Будь выше.
11. **Не бойся того, что происходит в Сети.** Незнание порождает страх. Дети, не бойтесь Интернета, но и помните об опасностях в нем.

Дети – за безопасный Интернет. Мы – за безопасную, успешную и мобильную киберсоциализацию. А ты с нами?

⁵ По материалам видеоролика социальной рекламы «Школа киберсоциализации» (http://homocyberus.ru/shkola_cyber), победителя Всероссийского конкурса педагогических разработок по теме «Безопасность в Интернете» (2012 год) от «Ростелеком» в номинации «Безопасный Интернет глазами детей»: <http://www.safe-internet.ru/competition/archive/2012>