

УТВЕРЖДЕНО

Постановление  
Министерства образования  
Республики Беларусь  
06.06.2024 № 66

**Учебная программа факультативных занятий «Человек в мире медиа: как не потеряться в эпоху фейков и мейнстримов» для VIII (IX) класса учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования, с белорусским и русским языками обучения и воспитания**

## **ГЛАВА 1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

1. Настоящая учебная программа факультативных занятий «Человек в мире медиа: как не потеряться в эпоху фейков и мейнстримов» (далее – учебная программа) предназначена для VIII (IX) класса учреждений образования, реализующих образовательные программы общего среднего образования. Освоение содержания настоящей учебной программы направлено на формирование у учащихся знаний и умений для эффективного и безопасного взаимодействия с информацией, полученной из медиаисточников.

2. Настоящая учебная программа рассчитана на 1 час в неделю (35 часов в VIII классе, 34 часа в IX классе).

3. Цель – формирование у учащихся функциональной грамотности в области работы с медиаконтентом в условиях современного информационного общества дидактическими средствами проектной деятельности.

4. Задачи:

расширение имеющихся у учащихся знаний о медиа и их влиянии на жизнь человека;

формирование умений оценивать и анализировать материалы медиа разных форматов и жанров с учетом их медийной специфики;

развитие способности к критическому мышлению;

формирование умений эффективного и безопасного взаимодействия с информацией, полученной из медиаисточников;

формирование умений конструктивно общаться и взаимодействовать в медиасреде; организовывать личное медийное пространство.

Учитывая то, что факультативные занятия направлены на углубление знаний и совершенствование способов учебно-познавательной деятельности, предполагается совершенствование следующих способов учебно-познавательной деятельности учащихся:

дескриптивный (пересказ содержания, перечисление событий медиатекста);

классификационный (определение места медиатекста в историческом и социокультурном контексте);

аналитический (анализ структуры медиатекста, языка медиатекста, авторских концепций, иное);

личностный (описание отношений, переживаний, чувств, воспоминаний, ассоциаций, вызванных медиатекстом);

объяснительно-оценочный (формирование суждений о медиатексте, о его достоинствах в соответствии с эстетическими, моральными и иными критериями).

5. Логика построения содержания факультативных занятий заключается в поступательном достижении следующих реперных точек в формировании медиаграмотности учащегося:

развитие способности полноценного восприятия медиа (с учетом видов и жанров);

формирование умений анализа медиатекстов;

формирование умения выступать в роли автора произведения медиакультуры (в игровой форме).

Исходя из данной логики, содержание настоящей учебной программы структурировано по следующим пяти темам:

тема I. Предварительное обучение;

тема II. Критический анализ медиатекстов на достоверность: разбираемся, проверяем, разоблачаем;

тема III. Визуальные медиа: верим или не верим;

тема IV. Медиаэкология. Как жить в гармонии с медиа?

тема V. Медиамейкинг.

Для каждой темы (а также введения и итогового обобщения) определены ориентировочные временные рамки. Педагогический работник имеет право перераспределить количество часов на изучение тем в пределах 35 (34) часов.

Каждая тема имеет определенную структуру.

Первая структурная составляющая каждой темы – теоретическая часть, которая позволяет получить недостающие знания для формирования основ медиаграмотности.

Вторая структурная составляющая каждой темы – практические занятия. Количество учебных часов, отведенных на практические занятия, составляет более половины учебного времени, выделенного на изучение темы. Каждое из предлагаемых практических занятий несет большую содержательную нагрузку, согласно месту практического занятия в контексте определенной темы.

Третья структурная составляющая каждой темы – мини-проекты, являющиеся логическим завершением ее изучения. В качестве результата выполнения мини-проекта выступает создание определенного медиапродукта. Такими медиапродуктами могут быть информационные буклеты, социальные ролики, онлайн-акции, флешмобы, подкасты, иное.

В качестве итогового обобщения предлагается выполнение проекта «Создаем фактчекинговый ресурс». В содержательном плане одним из вариантов выполнения данного проекта рассматривается объединение на одном ресурсе всех выполненных в процессе изучения факультативных занятий мини-проектов.

6. Рекомендуемые формы и методы проведения факультативных занятий. При проведении факультативных занятий рекомендуется использовать активные формы и методы обучения, предполагающие целенаправленную организацию учебно-познавательной деятельности школьников с изучаемым материалом (практические занятия, деловые игры, дискуссии, разработка и защита проектов, иное).

К числу активных методов воспитания и обучения, которые предполагается применять в ходе реализации задач планируемых факультативных занятий, относятся проектный и проблемный методы обучения. Учитывая, что стратегию проблемного обучения, основанную на построении проблемной ситуации и обучении умению находить оптимальное решение, сложно использовать для формирования практических навыков, проблемный метод дополняется проектным методом. Проектная деятельность выступает как инструмент развития функциональной грамотности и как процесс восприятия нового через обучение в действии. Как правило, проектная деятельность оптимально сочетает

в себе индивидуальную и групповую формы обучения и предполагает вариативность методов и средств обучения, применяемых на различных этапах проектирования с учетом индивидуально-психологических особенностей участников и задач того или иного типа проекта, вследствие чего содержащиеся в них педагогические возможности взаимодополняют и усиливают друг друга.

Изучение материала факультативных занятий предполагает формирование у учащихся критического отношения к современному медиаконтенту, умений и навыков его использования, создания собственного медиапродукта.

7. В процессе освоения содержания настоящей учебной программы учащиеся должны:

7.1. иметь представление:

о спектре технологий, связанных с медиа;  
о тенденциях развития медиасферы;  
о воздействии монтажа на смысл визуальных медиа и содержащейся в них информации (неупоминание альтернативных мнений; неявные точки зрения, акцент на конкретных идеях, иное);

принципах и стадиях воплощения идеи в медиапродукт;

7.2. знать:

основные типы медиа и виды медиатекстов, их назначение; специфику языка основных типов медиа, видов медиатекстов и их воздействия;

основные виды манипуляций со стороны медиа и манипулятивные технологии, используемые медиа;

основные критерии распознавания искажения информации и техники проверки информации;

правила композиции для визуальных источников и критерии выявления эффектов эмоционального воздействия на пользователя;

правила цифровой безопасности и сетевого взаимодействия;

способы защиты информации и конфиденциальности в виртуальном пространстве;

основные доступные программы для создания медиапродуктов;

7.3. уметь:

характеризовать роль и значение медиа в жизни современного общества;

распознавать основные типы медиа;

анализировать смысл медиасообщений, определять цель и целевую аудиторию медиаисточников;

оценивать степень надежности, точности, нейтральности и непредвзятости представленной медиаинформации;

сравнивать информацию из разных источников для оценки ее надежности, достоверности, правдивости, точности, авторитетности источника, своевременности и непредвзятости;

применять разные критерии (такие как понятность, точность, эффективность, непредвзятость, соответствие фактам) для оценки источников медиаинформации (новостных сообщений, рекламы, социальных медиа, иное);

распознавать культурные, социальные и иные контексты создания информации и понимать влияние этих контекстов на интерпретацию информации;

интерпретировать медиатексты и устанавливать связи между ними, между контекстом и ценностями, отображаемыми в медиа;

использовать принятые подходы для анализа стереотипов в медиа (узнавать стереотипы, определять методы, используемые в визуальных медиа для сохранения стереотипов);

использовать спектр методов для толкования медиатекстов (делать выводы и обобщения, выделять составляющие компоненты медиатекстов для выявления предвзятости и понимания его подтекста, обращаться к изображениям в визуальных медиа для обоснования своей точки зрения);

уметь редактировать созданные визуальные продукты (фотографии, видеоролики, рекламные плакаты) с помощью цифровой обработки;

безопасно использовать глобальную компьютерную сеть Интернет (далее – интернет), целенаправленно общаться с помощью медиа;

создавать элементарные медийные продукты с использованием всех необходимых средств и инструментов на творческой, законной и этичной основе (умение выбирать аудиторию и формат, формулировать цели, задачи и способы достижения при создании медиатекстов).

## **ГЛАВА 2 СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

VIII класс (35 часов, в том числе 1 час – резервное время)

IX класс (34 часа)

Введение. Медиа в современном мире (3 часа в VIII классе, 2 часа в IX классе)

Медиа: функции, роль и значение в жизни современного человека. С какими медиа мы встречаемся? Тенденции развития медиасферы. Истина имеет значение. Манипулятивные возможности медиа и искажения информационного пространства. В чем заключается опасность дезинформации для общества? Игры разума: почему мы верим фейкам и попадаем под влияние мейнстримов.

Упражнения. Составление персональной медийной карты. Жизнь без медиа.

Дискуссия. Человек медийный – новая ступень эволюции или приложение к гаджету?

Предварительное обучение (6 часов)

Что необходимо знать, чтобы не потеряться в мире медиа. Как устроены медиа. Основные каналы подачи информации. Основные виды медиатекстов: «что» и «для чего» (новости, информационная аналитика, публицистика, реклама; информирование, пропаганда, иное). Функции медиатекстов. Как работают медиа. Виды искажения информации в медиа (фейк, ложь, клевета).

Что необходимо уметь, чтобы не дать собой манипулировать. Логика против манипуляции: школа противодействия мейнстримам, софизмам и стереотипам. Ошибки и уловки в аргументации, установлении причинных связей. Основные методы проверки информации, общие принципы и правила.

Практическое занятие. Разбираемся в видах медиатекстов. Работа с картой искажений информации.

Мини-проект. Создание руководства для начинающих по борьбе с фейками.

Критический анализ медиатекстов на достоверность: разбираемся, проверяем, разоблачаем (6 часов)

Фейк в практике современных медиа. Диагностика информации фейкового характера в новостях и рекламе. Фальшивые новости в условиях новых медиа. Фейки в социальных сетях. Критический анализ веб-текстов и веб-сайтов в интернет-среде.

Практическое занятие. «Просеивание» медиаинформации.

Практическое занятие. Анализ соотношения заголовка «сенсационной новости» и содержания медиатекста.

Практическое занятие. Анализ телевизионных рекламных медиатекстов.

Практическое занятие. Информационный пузырь: чему нельзя верить в социальных сетях?

Мини-проект. Проверяем слухи по направлениям: «Городские легенды», «Лженаука», «Сверхъестественное», «Мистификация», «Розыгрыши», «Теория заговора», «Фальшивые цитаты», «Слухи про знаменитостей».

### Визуальные медиа: верим или не верим? (6 часов)

Анализ изображения: почему это важно. Фотография: реальность и (или) фейк? Как фото воздействуют на эмоциональную сферу человека. Правила размещения фотографий в интернете. Цифровая обработка фотографий. Как и о чем кино разговаривает с нами. Техники работы с видеосюжетами. Плакат и карикатура как медиатекст. Правила проектирования плаката. Как реклама воздействует на нас. Виды и функции рекламы. Манипуляции в рекламе.

Практическое занятие. Анализ визуальных медиаисточников.

Практическое занятие. Создание фото- и (или) видеоисторий.

Практическое занятие. Ролевая игра «Рекламное агентство».

Мини-проект. Фотографии в семейном альбоме: о чем говорят фото? Создание рекламного ролика (социального плаката, киноафиши). Что с рекламой может быть не так?

### Медиаэкология: как жить в гармонии с медиа (6 часов)

«Цифровая зависимость»: можно ли этому противостоять? Информационные перегрузки: стратегии выживания. Как противостоять информационному стрессу. Безопасное общение в интернете. Потребительские опасности в интернете. Сетевой этикет. Основные правила поведения сетевого взаимодействия. Эмоции в социальных сетях.

Практическое занятие. Спор с оппонентом в социальных сетях: как не раздражать друг друга в интернете?

Практическое занятие. Квест «Покупка в интернет-магазине».

Мини-проект. Как защитить себя от кибербуллинга?

### Медиамейкинг (6 часов)

Методы определения идеи и формата медиапродукта. Стадии создания медиаконтента. Основные доступные компьютерные программы для создания медиапродукта.

Практическое занятие. Анализ медиапродуктов (победителей национальных и международных конкурсов, в том числе любительских).

Мини-проект. Создание медиапродукта по теме «До того, как это стало мейнстримом».

Итоговое обобщение (2 часа). Защита проекта «Создаем фактчекинговый ресурс».