

Управление образования Администрации Новоуральского городского округа
Муниципальное автономное учреждение дополнительного образования
«Центр внешкольной работы»

Принята
на заседании методического совета
МАУ ДО «ЦВР»
Протокол № 5 от « 09 » июня 2026 г.

Утверждена
приказом директора
МАУ ДО «ЦВР»
№ 106 од от «09 » июня 2026 г.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа

технической направленности

«СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА»

Возраст обучающихся: 12 – 14 лет

Срок реализации: 1 год

Автор-составитель:

Алексеева Любовь Тахировна,

педагог дополнительного образования

Содержание

1.	Комплекс основных характеристик	
1.1.	Пояснительная записка	3
1.2.	Цель и задачи общеразвивающей программы	6
1.3.	Содержание общеразвивающей программы	7
1.3.1.	Учебный план	8
1.3.2.	Учебный (тематический) план	8
1.3.3.	Содержание учебного (тематического) плана	11
1.4.	Планируемые результаты	14
2.	Комплекс организационно-педагогических условий	15
2.1.	Календарный учебный график на 2026-2027 учебный год	15
2.2.	Условия реализации программы	16
2.3.	Формы аттестации / контроля и оценочные материалы	17
3.	Список литературы	18
3.1.	Нормативные документы	18
3.2.	Литература, использованная при составлении программы	20
3.3.	Литература для обучающихся и родителей	20
4.	Аннотация	20
5.	Приложения	22
5.1.	Календарно-тематический план	22
5.2.	Календарный план воспитательной работы	24
5.3.	Тематика мероприятий с учащимися по комплексной безопасности	25
5.4.	Тест на знание социальных сетей «Залипательные сети»	26
5.5.	Тест «Сетевой этикет»	27
5.6.	Практическая работа по выявлению целевой аудитории	31
5.7.	Разбор кейсов саморегулирования медиасферы	32
5.8.	Кейсы для разбора правового регулирования социальных сетей	33
5.9.	Дела за репост и новая политика конфиденциальности ВКонтакте	33
5.10.	Базовые правила цифровой грамотности в интернете (памятка для обучающихся и родителей)	35
5.11.	Сторителлинг, разбор материала в социальной сети	36

1. Комплекс основных характеристик

1.1. Пояснительная записка

Направленность: техническая.

Программа направлена на формирование информационной культуры, создание различных эффективных форм устного и письменного, мультимедийного и сетевого общения, освоение алгоритмов работы социальных платформ и интеграции инструментов искусственного интеллекта в творческий процесс.

Ориентирована на профессиональное самоопределение обучающихся; создаёт условия для личностного развития, успешной социализации и адаптации обучающихся к жизни в обществе, в том числе обеспечивает поддержку талантливых обучающихся.

Нормативно правовая основа программы. Программа разработана на основе нормативно-правовых документов:

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

2. Федеральный закон от 31.07.2020 № 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся»;

3. Распоряжение Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 года»;

4. Распоряжение Министерства просвещения Российской Федерации от 21.06.2021 № Р-126 «Об утверждении ведомственной целевой программы «Развитие дополнительного образования детей, выявление и поддержка лиц, проявивших выдающиеся способности»;

5. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» Согласно Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 года: «Целями развития дополнительного образования детей являются создание условий для самореализации и развития талантов детей, а также воспитание высоконравственной, гармонично развитой и социально ответственной личности».

«Создание необходимых условий для выявления и развития творческих и интеллектуальных способностей, обучающихся...» – одна из основных задач развития системы образования в Свердловской области («Концепции развития образования на территории Свердловской области на период до 2035 года»).

Образовательная деятельность в организации дополнительного образования должна быть направлена на «удовлетворение индивидуальных потребностей обучающихся в интеллектуальном, нравственном, художественно-эстетическом развитии и физическом совершенствовании; формирование культуры здорового и безопасного образа жизни, укрепление здоровья, а также на организацию свободного времени обучающихся; адаптацию обучающихся к жизни в обществе; профессиональную ориентацию обучающихся и др.» (Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам, редакция от 27.07.2022 г.).

Актуальность.

В настоящее время Интернет является более доступным, и можно с уверенностью сказать, что он в полной мере конкурирует с радио и телевидением. Многие теле- и радиоканалы создают собственные сайты в сети Интернет. Следовательно, уже сегодня необходимо обучать детей технологии использования интернет-ресурсов. Это предоставит им значительные конкурентные преимущества на рынке коммуникаций в будущем.

Современное общество немыслимо без использования гаджетов. 90% человечества являются активными потребителями информации, размещённой в сети Интернет. Как показали современные исследования, более 80% подростков в России имеют профиль в социальных сетях. У каждого 6-го из них – более 100 друзей.

Больше 50% посещают ресурсы с запрещённым контентом по причине бесконтрольного использования подростками социальных сетей. Активное использование социальных сетей подростками в возрасте 12-14 лет, по мнению психологов, приводит к появлению стрессовых ситуаций, нарушению социального общения, появлению интернет-зависимости. Данной ситуации способствует низкий уровень знаний о возможностях использования систем детского интернет-контроля, так же наличие дополнительных гаджетов, помимо стационарного компьютера.

В сложившейся ситуации, медиакомпетентность – одна из важных составляющих современного общества. Направление развития подростка зависит от полученного вектора его пребывания в Интернете. Знание основ работы социальных сетей способствует появлению необходимых технических навыков, лучшей адаптации в медиатизированном обществе, развитию взаимопомощи и поддержки.

Реализация дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «Социальные медиа» будет способствовать выработке навыков безопасного поведения в сети Интернет, самостоятельному приобретению, пополнению и интеграции знаний; способности к решению личностно и социально значимых проблем, воплощению решений в практику с применением средств ИКТ, получению необходимых знаний и умений для появления критического мышления.

Активное использование информационных и интернет-технологий в дополнительном образовании может способствовать личностному и профессиональному самоопределению детей и подростков. Так же важным фактором грамотного медиапотребления является развитие интеллектуальных и творческих способностей, критического мышления.

Отличительные особенности программы, новизна.

Реализация Программы «Социальные медиа» играет важную роль в развитии личности ребенка, способствуя формированию его компетенций, интересов и ценностных ориентиров. Интеграция воспитательных элементов в образовательный процесс способствует формированию моральных качеств, ответственности, гражданской позиции, позволяет создать условия для всестороннего развития ребёнка, подготовки его к успешной адаптации во взрослом обществе и выполнению социальных ролей.

Программа разработана с учетом современных тенденций в сфере образования, а именно по принципу блочно-модульного освоения материала, что максимально отвечает запросу социума на возможность выстраивания обучающимся индивидуальной образовательной траектории.

Отличительная особенность программы – применение конвергентного подхода, позволяющего выстраивать обучение, включающее в себя элементы нескольких направленностей: информационных технологий, проектной деятельности и упражнений на раскрытие творческого потенциала. В данную программу введён региональный компонент: в ходе получения знаний, умений и навыков обучающиеся ведут свой аккаунт в социальных сетях, освещают актуальные новости Новоуральского городского округа в сфере образования.

Также отличительная особенность программы заключается в использовании дистанционных образовательных технологий, что является актуальным направлением развития современного образования, соответствующему требованиям цифровой экономики и общества. Дистанционная работа помогает обучающимся адаптироваться к реалиям современного мира, где значительная часть профессиональной и социальной деятельности осуществляется онлайн. К тому же такая работа позволяет реализовать

индивидуальный подход к обучению, учитывая темп и особенности каждого обучающегося. Дистанционный формат способствует развитию у обучающихся навыков самостоятельной работы, самоорганизации и ответственности за результаты обучения.

Программа предоставляет возможность, с одной стороны, грамотно осуществлять выбор необходимой информации, её обработку и использование, с другой стороны – создавать и предъявлять свою информацию для заинтересованных пользователей ресурсов. Программа является начальным базовым маршрутом обучающихся для оценки своих перспектив и самореализации в области контент-менеджмента и блогинга.

Адресат.

Данная программа предполагает работу с группой подростков не менее 12 человек в возрасте от 12 до 14 лет.

Социальные сети сегодня – это неотъемлемая часть жизни современного подростка. Соцмедиа позволяют получать в достаточно быстрые сроки большой объем нужной информации, предоставляют возможность общаться на расстоянии с огромным количеством людей, живущих в разных уголках планеты, помогают знакомиться, находить друзей, обсуждать новости и события.

Таким образом формируется внутренний мир подростка, художественные предпочтения, ценностные ориентации, культурные установки. Медиапотребление расширяет границы информационного мира подростка, способствует развитию его восприятия и психомоторных способностей, увеличивая скорость и объем полученной информации.

Режим занятий.

Продолжительность одного академического часа – 40 минут.

Перерыв между академическими часами – 10 минут.

Общее количество часов в неделю – 2 часа.

Занятия проводятся 1 раз в неделю.

Объем общеразвивающей программы – 72 часа.

Программа рассчитана на 1 год обучения.

Особенности организации образовательного процесса.

Дополнительная общеобразовательная программа «Социальные медиа» реализуется на базе МАОУ «СОШ № 57» в соответствии с договором о сетевой форме реализации программ.

Содержание учебно-творческого блока программы направлено на комплексное освоение сферы современных социальных медиа — от теоретических основ до практических инструментов. В рамках этого направления обучающиеся:

- осваивают алгоритмы и специфику работы на различных социальных медиаплатформах;
- учатся создавать качественный, конкурентоспособный и безопасный контент (текст, фото, видео, графику);
- развивают критическое мышление, информационную грамотность, навыки фактчекинга;
- формируют осознанное и ответственное отношение к информации, циркулирующей в цифровом пространстве.

Творческая направленность блока позволяет каждому ребенку раскрыть свой потенциал, преодолеть страх публичности и научиться грамотно презентовать свои идеи в медиасреде.

Образовательный процесс в рамках программы организуется в групповой форме. Преобладает фронтальная форма организации занятий. Педагог ведет работу со всеми

обучающимися одновременно. Это способствует установлению доверительных и открытых отношений в группе, воспитывает в детях чувство коллективизма, позволяет эффективно формировать устойчивые познавательные интересы и активизировать совместную деятельность.

Важной частью программы является социокультурный компонент, который пронизывает оба блока. Он направлен на сплочение детского коллектива, приобщение к культурным и духовно-нравственным ценностям, проведение совместных воспитательных, просветительских и досуговых мероприятий с участием обучающихся, педагога и родителей.

При необходимости (введение ограничительных мер, связанных с распространением инфекционных заболеваний, или неблагоприятных погодных условий) теоретические разделы программы могут осваиваться обучающимися с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий. Взаимодействие педагога и обучающихся в дистанционном режиме осуществляется в синхронном формате на платформе «Сферум» с использованием специально разработанных методических, интерактивных и дидактических материалов (электронные презентации, видеоуроки, онлайн-тренажеры).

Уровень общеразвивающей программы.

Базовый – предполагает использование и реализацию таких форм организации материала, которые обеспечивают трансляцию общей целостной картины в рамках содержания программы с частичным включением специализированных знаний и терминологии.

Перечень форм обучения: очная, очно-заочная, с использованием дистанционных технологий и т. п.

Перечень видов занятий: беседа, лекция, дискуссия, мозговой штурм, мастер-класс, творческая мастерская, деловая игра, обсуждение творческих проектов, практическое занятие, выполнение самостоятельной работы.

Перечень форм подведения итогов реализации общеразвивающей программы: творческий отчет, презентация, практическое занятие.

1.2. Цель и задачи общеразвивающей программы

Цель: формирование благоприятной образовательной среды, способствующей всестороннему развитию творческого потенциала обучающихся, а также приобретению ими компетенций в области коммуникации, необходимых для эффективной деятельности в социальных медиа.

Задачи общеразвивающей программы.

Обучающие.

1. Познакомить:
 - с основами цифрового видео;
 - с возможностями программ фото- и видеомонтажа: Movavi Video Editor, Movavi Picverse, CapCut, Photo Studio.
2. Научить:
 - основным принципам и механизмам организации сетевой коммуникации в социальных медиа;
 - работе со смартфоном и цифровой видеотехникой как инструментами обучения и развития;
 - работе со звукозаписывающей техникой;

- приемам оцифровки и обработки текстовой, графической и мультимедийной информации;
- сохранять графические, звуковые и видео файлы в любом формате;
- создавать видеоролики на основе видео- и фотоматериалов;
- создавать качественный контент;
- соблюдать авторские права и владеть приемами работы с сервисами проверки на антиплагиат.

Развивающие: способствовать формированию универсальных учебных действий.

Регулятивных:

- уметь действовать в интересах большого сообщества, этично себя вести в личном, рабочем и общественном контекстах на основе положительного отношения к образовательной организации и безопасного поведения в сети Интернет;
- развивать навыки безопасного поведения при работе в сети Интернет, соблюдать нормы информационной этики и права;
- уметь работать с различными источниками информации;
- соотносить выполненное задание с образцом, предложенным педагогом;
- оценивать выполнение своего задания, результата деятельности.

Коммуникативных:

- развивать навыки, необходимые для устного и письменного, мультимедийного и сетевого общения;
- проявлять социальную мобильность;
- участвовать в дискуссиях на занятиях, уметь выражать свое мнение;
- развивать навыки координации совместных действий
- стимулировать готовность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности на основе эмпатии как понимании чувств других людей и сопереживании им с ориентацией на моральные нормы и их выполнение.

Воспитательные:

- способствовать развитию организаторских способностей, ответственности, самостоятельности, дисциплинированности;
- воспитывать нравственные, морально-психологические и коммуникативные качества;
- формировать познавательный интерес и осознанную мотивацию к изучению предмета;
- способствовать развитию внутренней свободы обучающегося, объективной самооценки, чувства собственного достоинства;
- повышать умение принимать и сохранять учебную цель и задачу;
- стимулировать к контролю и оцениванию своих действий;
- обучать вносить коррективы в выполнение творческих проектов;
- формировать умение учитывать позицию собеседника (партнёра);
- формировать умение доказывать целесообразность применения действий при решении поставленной учебной задачи;
- развивать культуру речи и навыки дискуссии.

1.3. Содержание общеразвивающей программы

1.3.1. Учебный план.

Уровень сложности	Год обучения	Разделы (модули)	Количество часов			Формы аттестации
			Всего	Теория	Практика	
Базовый	1	Учебно-				Творческая

		развивающий блок				работа
		Введение в программу	2	1	1	Собеседование
		Социальные сети и их роль в медиакommunikации	6	2	4	Педагогическое наблюдение, практическая работа, опрос
		Контент-план для социальных сетей	6	2	4	
		Мультимедийные технологии для социальных сетей	42	10	32	
		SMM-продвижение	6	2	4	
		Социо-культурный блок	10	-	10	Педагогическое наблюдение, опрос, практическая работа
Итого			72	17	55	

1.3.2. Учебный (тематический) план

№ п/п	Название раздела, темы	Количество часов			Формы контроля/ аттестации
		Всего	Теория	Практика	
Учебно-развивающий блок					
1	Введение в программу	2	1	1	Собеседовани е
2	Социальные сети и их роль в медиакommunikации				
2.1	Социальные сети в контексте информационн ого общества	2	1	-	Собеседовани е, педагогическо е наблюдение
2.2	Целевые аудитории и «портрет пользователя»	2	1	2	Педагогическ ое наблюдение, практическая работа
2.3	Медиаэтика и медиаграмотно сть	2	-	2	Опрос
3	Контент-план для социальных сетей				

3.1	Создание контента для социальной сети. Виды контента: о чем и как писать	2	1	-	Практическая работа, опрос
3.2	Создание контент-плана, работа с брифами	2	-	2	Опрос, практическая работа
3.3	Текстовый контент, сторителлинг	2	1	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
4	Мультимедийные технологии для социальных сетей				
4.1	Визуальный контент (фото- и видеоиллюстрации, инфографика)	2	1	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
4.2	Фотоконтент (особенности съемок для социальных сетей, ключевые тенденции в съемках)	2	1	2	Опрос
4.3	Фото на телефон. Композиция и фрейминг	6	1	4	Педагогическое наблюдение, практическая работа
4.4	Свет и цвет. Фотопозирование	4	-	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
4.5	Постобработка фотографий в редакторах Movavi Picverse, Photo Studio	4	1	4	Педагогическое наблюдение
4.6	Видеоконтент – от идеи к готовому видеоролику	4	1	2	Опрос
4.7	Синописис	2	1	2	Педагогическ

	будущего видеоролика и его раскадровка				ое наблюдение
4.8	Съемка, видеоряд, композиция кадра	4	1	2	Педагогическое наблюдение. Практическая работа
4.9	Особенности видеоинтервью	4	1	4	Опрос, педагогическое наблюдение
4.10	Обработка видеоконтента и монтаж в редакторах Movavi Video Editor, CapCut	6	1	6	Педагогическое наблюдение, практическая работа
4.11	Основы звукозаписи	4	1	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
5	SMM-продвижение				
5.1	Инструменты для продвижения аккаунта в социальных сетях (опросы, голосования, конкурсы и пр.)	2	-	1	Практическая работа
5.2	Повышение узнаваемости в социальных сетях, построение имиджа (брендинг)	2	1	2	Практическая работа
5.3	Взаимодействие с инфлюенсерами и коллаборации	2	1	1	Педагогическое наблюдение
Социокультурный блок		10	-	10	
1	Комплектование группы, введение. Инструктаж по ТБ и ПБ	2	-	2	Собеседование
2	Экскурсия в	4	-	4	Педагогическое наблюдение

	редакцию НВК				ое наблюдение опрос
3	Участие в конкурсах, проектная деятельность	4	-	4	Практическая работа
Итого		72	17	55	

1.3.3. Содержание учебного (тематического) плана

Учебно-развивающий блок

1. Введение в программу.

2. Социальные сети и их роль в медиакommunikации.

Тема № 2.1. Вводное занятие. Социальные сети в контексте информационного общества. Теория. Знакомство с задачами курса. Понятие социальных сетей в контексте информационного общества. Влияние социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе. Влияние социальных сетей на общество в целом. Практика. Участие в обсуждении, обзор онлайн-платформ. Форма текущего контроля. Собеседование, педагогическое наблюдение.

Тема № 2.2. Целевые аудитории и «портрет пользователя». Теория. Понятия целевая, лояльная аудитория, ядро аудитории, сегментация. Правила определения аудитории. Практика. Обсуждение. Создание проекта по привлечению учеников 7-9 классов к чтению. Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение, практическая работа.

Тема № 2.3. Медиаэтика и медиаграмотность. Теория. Понятия экологичное поведение, фактчекинг, буллинг и плагиат. Саморегулирование медиасферы. Медиаправо. Правовое регулирование социальных сетей в Российской Федерации. Практика. Разбор кейсов саморегулирования медиасферы. Анализ аккаунтов обучающихся в социальных сетях. Просмотр настроек приватности личных страниц. Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение.

3. Контент-план для социальных сетей.

Тема № 3.1. Создание контента для социальной сети. Виды контента: о чем и как писать. Теория. Цель – максимальная вовлеченность. Обучающий, продающий, коммуникативный, новостной, репутационный, развлекательный контент. Правила создания контента для социальных сетей. Анализ трендов и поиск идей. Социальное прослушивание. Анализ контента конкурентов. Сессия вопросов и ответов – взаимодействие с целевой аудиторией. Хештеги. Контроль за комментариями и отзывами. Практика. Разбор кейсов на страницах пользователей онлайн-платформ. Разработка тематического календаря. Форма текущего контроля. Практическая работа, опрос.

Тема № 3.2. Создание контент-плана, работа с брифами.

Теория. Что такое бриф и чем он отличается от ТЗ. Понятие контент-план. Функции и задачи контент-плана. Алгоритм действий создания контент-плана.

Практика. Разработка брифа для потенциальной целевой аудитории. Разбор кейсов шаблонов контент-планов. Создание контент-плана на месяц для своего аккаунта в социальной сети.

Форма текущего контроля. Опрос, практическая работа.

Тема № 3.3. Текстовый контент, сторителлинг.

Теория. Истории – топливо социальных сетей и современных медиа. Коммуникация и формирование образа через историю. Структура повествования. Секреты сценарного мастерства.

Практика. Разбор материалов в социальных сетях. Пересборка истории на примере литературного произведения.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение, практическая работа.

4. Мультимедийные технологии для социальных сетей.

Тема № 4.1. Визуальный контент (фото- и видеоиллюстрации, инфографика).

Теория. Роль визуального контента в социальных сетях. Понятие инфографика.

Практика. Разбор кейсов в социальных сетях. Практикум от фотокорреспондента газеты «Нейва» Анны Молодожен по созданию инфографики.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение, практическая работа.

Тема № 4.2. Фотоконтент (особенности съемок для социальных сетей, ключевые тенденции в съемках).

Теория. Основы фотосъемки. Фотожанры для качественной визуализации. Селфи.

Практика. Разбор кейсов в социальных сетях.

Форма текущего контроля. Опрос.

Тема № 4.3. Фото на телефон. Композиция и фрейминг.

Теория. Размещение объектов в кадре и композиция. Понятие фрейминг. Точка съемки. Разновидность планов. Формат кадра для социальных сетей. Ритм в фотографии.

Практика. Разбор кейсов в социальных сетях. Практикум от мобильного фотографа Ирины Никифоровой.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение, практическая работа – фото напарника.

Тема № 4.4. Свет и цвет. Фотопозирование.

Теория. Эстетика снимка для социальных сетей. Создание настроения за счет света и цвета. Основы фотопозирования в разных локациях. Секреты удачных снимков.

Практика. Разработка контент-фотосессии.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение, практическая работа.

Тема № 4.5. Постобработка фотографий в редакторах Movavi Picverse, Photo Studio.

Теория. Знакомство с редакторами Movavi Picverse, Photo Studio. Кадрирование, техническая ретушь. Цвет и тонировка.

Практика. Разбор кейсов неудачных снимков в социальных сетях. Практикум по работе в фоторедакторах.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение.

Тема № 4.6. Видеоконтент – от идеи к готовому видеоролику.

Теория. Преимущества использования видео в социальных сетях. Форматы видео для социальных сетей (live video, how-to, социальные эксперименты, интервью, вертикальный формат – клипы). «Эффект сериала».

Практика. Разбор кейсов в социальных сетях.

Форма текущего контроля. Опрос.

Тема № 4.7. Синописис будущего видеоролика и его раскадровка.

Теория. Сценарий видеоролика. Понятие синописис. Разработка темы видеоролика и структура истории.

Практика. Разработка сценария видеопрезентации.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение.

Тема № 4.8. Съемка, видеоряд, композиция кадра.

Теория. Требования к видео для социальных сетей. Техника съемки. Работа со звуком. Композиция кадра. Планы съемки. Основы монтажной съемки. Длина кадра.

Практика. Событийная съемка.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение. Практическая работа.

Тема № 4.9. Особенности видеоинтервью.

Теория. Интервью – модный и нативный контент в социальных сетях. Способ создания личного бренда с помощью интервью. Порядок съемки видеоинтервью: концепция, локация, оборудование. Хронометраж.

Практика. Разбор кейсов в социальных сетях на примере блогеров. Практическая работа – запись интервью.

Форма текущего контроля. Опрос, педагогическое наблюдение.

Тема № 4.10. Обработка видеоконтента и монтаж в редакторах Movavi Video Editor, CapCut.

Теория. Знакомство с видеоредакторами Movavi Video Editor, CapCut. Виды планов. Монтаж по крупности кадра. Монтаж по ориентации в пространстве. Монтаж по свету. Видеоэффекты.

Практика. Съемка и монтаж клипа в смартфоне.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение, практическая работа.

Тема № 4.11. Основы звукозаписи.

Теория. Звук. Цифровые форматы. Музыкальная подложка. Типы и предназначение микрофонов. Беспроводные системы. Радиомикрофоны, их устройство и применение.

Практика. Прослушивание и выявление особенностей звукозаписей для кино, телевидения, мультимедиа. Запись звука на разные типы микрофонов.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение, практическая работа.

5. SMM-продвижение.

Тема № 5.1. Инструменты для продвижения аккаунта в социальных сетях (опросы, голосования, конкурсы и пр.).

Теория. Работа с подписчиками и репутацией. Создание вовлекающего поста. Проведение опросов и конкурсов среди подписчиков. Поддержание диалога с пользователями. Работа с негативными комментариями. Аналитика.

Практика. Разбор кейсов в социальных сетях. Практикум от PR-менеджера Филиала АО «РИР» в Новоуральске Оксаны Глинских.

Форма текущего контроля. Практическая работа.

Тема № 5.2. Повышение узнаваемости в социальных сетях, построение имиджа (брендинг).

Теория. Цели продвижения бренда в социальных сетях. Секреты позиционирования. SMM – стратегия. Взаимодействие с аудиторией. Визуальная привлекательность контента.

Практика. Создание сообщества.

Форма текущего контроля. Практическая работа.

Тема № 5.3. Взаимодействие с инфлюенсерами и коллаборации.

Теория. Понятие инфлюенсер. Лидеры общественного мнения. Сотрудничество с блогерами – совместные видеоролики, челленджи, конкурсы и рекламные проекты.

Практика. Разбор кейсов в социальных сетях.

Форма текущего контроля. Педагогическое наблюдение.

Социокультурный блок.

Квест- игра «Безопасность в социальных сетях», участие в мероприятиях Центра, школы города.

1.4. Планируемые результаты

Предметные результаты.

Обучающиеся будут знать/понимать:

- возможности поисковых систем Google и Yandex;

- основы работы с онлайн-платформами: Одноклассники, ВКонтакте, МАХ;

- возможности программ фото- и видеомонтажа: Movavi Video Editor, Movavi Picverse, CapCut, Photo Studio;

будут иметь представление о профессиональных функциях контент-менеджера и качествах блогера;

будут владеть навыками безопасного поведения при работе в сети Интернет, нормами информационной этики и права.

Научатся:

- основным принципам и механизмам организации сетевой коммуникации в социальных медиа;

- осуществлять простейшие сетевые активности на социальных платформах (создание аккаунта, брендирование групп, постинг, комьюнити-вовлечение, френдинг);

- приемам оцифровки и обработки текстовой, графической и мультимедийной информации;

- сохранять графические, звуковые и видео файлы в любом формате;

- вести видеосъемку: правильно выбирать точку съемки; грамотно строить композицию кадра; настраивать и правильно использовать освещение; правильно использовать планы; правильно использовать возможности съемочной техники;

- производить захват видеофайлов; импортировать заготовки видеороликов; редактировать и группировать клипы; монтировать звуковую дорожку проекта; создавать титры; экспортировать видеофайлы;

- создавать видеоролики на основе видео- и фотоматериалов;

- соблюдать авторские права и владеть приемами работы с сервисами проверки на антиплагиат.

Обучающиеся получают возможность научиться:

- основам создания собственной странички/сообщества в актуальных социальных сетях, работать с графическими и звуковыми файлами различной кодировки;

- написанию постов, созданию фото и видео хорошего качества и содержания.

Метапредметные результаты.

Обучающиеся научатся:

- принимать и сохранять учебную цель и задачу;
- работать с различными источниками информации;
- адекватно воспринимать, анализировать, структурировать и передавать получаемую информацию;
- выстраивать рациональную последовательность действий на основе изученных источников информации;
- контролировать и оценивать свои действия, вносить соответствующие коррективы в выполнение творческих проектов;
- выслушивать мнения других и учитывать позицию собеседника (партнёра);
- осуществлять рефлекссию способов и условий действия, контроль и оценку процесса и результатов деятельности;
- использовать смартфон как инструмент обучения и развития.

Обучающиеся получают возможность научиться:

- всем типам учебных действий, направленных на организацию своей работы;
- воспринимать и анализировать сообщения, овладевать широким спектром логических действий и операций, включая общие приёмы решения задач;
- оперировать понятиями при обсуждении проблем;
- уметь доказывать целесообразность применения действий при решении поставленной учебной задачи;
- проводить работу исследовательского характера;
- организовывать и осуществлять сотрудничество и кооперацию с педагогом и сверстниками;
- владеть культурой речи и навыками дискуссии.

Личностные результаты.

У обучающихся будут сформированы:

- умение действовать в интересах большого сообщества, этично себя вести в личном, рабочем и общественном контекстах на основе положительного отношения к образовательной организации и безопасного поведения в сети Интернет;
- коммуникативные умения, необходимые для устного и письменного, мультимедийного и сетевого общения;
- индивидуальные и коллективные сетевые и медиапроекты на адекватной мотивационной основе учебной деятельности, включающие социальные, учебно-познавательные и внешние мотивы;
- способности к адекватной самооценке на основе критериев успешности учебной деятельности.

Обучающиеся получают возможность сформировать готовность к самостоятельной, творческой и ответственной деятельности на основе эмпатии как понимания чувств других людей и сопереживании им с ориентацией на моральные нормы и их выполнение.

2. Комплекс организационно-педагогических условий реализации программы

2.1. Календарный учебный график

№ п/п	Основные характеристики образовательного процесса	Даты, сроки
1.	Количество учебных недель	36
2.	Количество учебных дней	108

3.	Количество часов в неделю	2
4.	Количество часов	72
5.	Количество недель в 1 полугодии	17
6.	Количество недель в 2 полугодии	19
7.	Начало занятий	01.09.2026
8.	Выходные дни	30.12.2026 – 08.01.2027
9.	Окончание занятий	25.05.2027

2.2. Условия реализации программы

Материально-техническое обеспечение.

Сведения о помещении, в котором должны проводиться занятия:

Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место педагога, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное).

Кадровое обеспечение.

Программу могут реализовывать педагоги, имеющие высшее профессиональное образование, имеющие практические и теоретические знания и умения в области мультимедийных технологий, педагог-журналист, обладающий практическими и теоретическими знаниями и умениями в области тележурналистики, имеющий основы практических и теоретических знания в режиссуре и умения написании сценариев, умения опыт проведения тренингов и тестов.

Методические материалы.

Описание методов обучения, воспитания, педагогических технологий, форм, алгоритма занятия.

№ п/п	Название раздела, темы	Дидактико-методический материал	Формы, методы, приемы обучения. Педагогические технологии	Формы учебного занятия
1.	Социальные сети и их роль в медиакommunikации	Презентация, сравнительная таблица	Объяснительно-иллюстративные, репродуктивные, продуктивные, эвристические, исследовательские, практические	Беседа, лекция, тренинги, проблемное обучение, практические занятия
2.	Контент-план для социальных сетей	Презентация, раздаточный материал (брифы)		Дискуссия, лекция, тренинги, практические занятия, кейс-стади, проектная деятельность
3.	Мультимедийные технологии для социальных сетей	Презентация, видеоуроки по монтажу и обработке фотографий, раздаточный		

		материал		
4.	SMM-продвижение	Презентация		Беседа, мастер-классы от экспертов

2.3. Формы аттестации / контроля и оценочные материалы

	Планируемые результаты	Критерии оценивания	Виды контроля/промежуточной аттестации	Диагностический инструментарий (формы, методы диагностики)
Личностные	Умение действовать в интересах большого сообщества на основе безопасного поведения в сети Интернет	1. Владеет менее чем половиной объема знаний по теме; 2. Объем усвоенных Обучающимся знаний по теме составляет более половины; 3. Освоил весь объем знаний по теме.	Входной. Промежуточный . Итоговый Текущий – на занятии. Рубежный – по окончании темы, раздела. Итоговый – в конце занятия.	Педагогическое Наблюдение, контрольное выполнение упражнений, проекты, участие в конкурсных мероприятиях разного уровня
	Коммуникативные умения, необходимые для устного и письменного, мультимедийного и сетевого общения			
	Способности к адекватной самооценке на основе критериев успешности учебной деятельности			
Предметные	Знание специфики социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации	1. Полнота выполнения всех пунктов задания; 2. Наличие самостоятельных комментариев и	Входной. Промежуточный . Итоговый	Педагогическое наблюдение, коллективная работа, проектная деятельность

	Умение создавать контент в социальных медиа, в том числе с привлечением аудитории к процессу производства медиапродуктов			
	Реализация коммуникативных, технических и эвристических способностей у обучающихся в ходе работы с социальными сервисами			
Метапредметные	Умение осуществлять поиск, отбор, анализ, систематизацию информации	1. Самостоятельность выводов, оценок и комментариев; 2. Творческий подход с позиций профессиональной деятельности специалиста по медиакоммуникациям; 3. Работа в команде.	Входной. Промежуточный Итоговый Текущий – на занятии. Рубежный – по окончании темы, раздела. Итоговый – в конце занятия.	Педагогическое Наблюдение, контрольное выполнение упражнений, проекты, участие в конкурсных мероприятиях разного уровня
	Умение излагать свое мнение, Взаимодействовать с аудиторией и вести диалог			
	Умение разрабатывать и продвигать медиапроект на всех этапах его жизненного цикла			

3. Список литературы (оформляется в соответствии с требованиями к библиографическим ссылкам (ГОСТ Р 7.0.11 2011), либо (ГОСТ Р 7.0.100 2018))

3.1. Нормативные документы

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
2. Федеральный закон от 31.07.2020 № 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся»;
3. Федеральный закон РФ от 24.07.1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» (в редакции 2013 года);

4. Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 № 996-р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в РФ до 2025 года»;
5. Распоряжение Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 года»;
6. Распоряжение Министерства просвещения Российской Федерации от 21.06.2021 № Р-126 «Об утверждении ведомственной целевой программы «Развитие дополнительного образования детей, выявление и поддержка лиц, проявивших выдающиеся способности»;
7. Приказ Министерства просвещения РФ от 03.09.2019 № 467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей» (с изменениями и дополнениями);
8. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 02.02.2021 № 38 «О внесении изменений в Целевую модель развития региональных систем дополнительного образования детей, утвержденную приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 03.09.2019 № 467»;
9. Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2023 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
10. Приказ Минобрнауки России от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
11. Профессиональный стандарт «Педагог дополнительного образования детей и взрослых», утвержденный от 22.09.2021 № 652н, Трудовая функция 3.1.5. Разработка программно-методического обеспечения реализации дополнительной общеобразовательной программы;
12. Решение Совета при Президенте Российской Федерации по реализации государственной политики в сфере защиты семьи и детей от 01.06.2021 на тему «Развитие системы дополнительного образования, выявления и сопровождения талантливых детей и молодежи»;
13. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020 № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;
14. Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28.01.2021 № 2 «Об утверждении санитарных правил и норм СанПиН 1.2.3685-21 «Гигиенические нормативы и требования к обеспечению безопасности и (или) безвредности для человека факторов среды обитания»;
15. Постановление Правительства Свердловской области от 07.12.2017 № 900-ПП «Об утверждении Стратегии развития воспитания в Свердловской области до 2025 года»;
16. Приказ Министерства образования и молодежной политики Свердловской области от 06.05.2022 № 434-Д «Об утверждении Концептуальных подходов к развитию дополнительного образования детей в Свердловской области»;
17. Приказ Министерства образования и молодежной политики Свердловской области от 30.03.2018 № 162-Д «Об утверждении Концепции развития образования на территории Свердловской области на период до 2035 года»;
18. Письмо Министерства просвещения РФ от 07.05.2020 № ВБ-976-04 «Методические рекомендации по реализации курсов, программ воспитания и дополнительных программ с использованием дистанционных образовательных технологий»;
19. Устав Муниципального автономного учреждения дополнительного образования «Центр внешкольной работы» от 2013 года с изменениями;

20. Программа развития МАУ ДО «ЦВР» «Пространство самореализации: код успеха» на период 2025-2029 годы от 2021 года;
21. Образовательная программа МАУ ДО «ЦВР» на 2023-2026 годы от 01.02.2023 года;
22. Порядок предоставления муниципальной услуги «Запись на обучение по дополнительной образовательной программе в МАУ ДО «ЦВР» от 2022 года.

3.2. Литература, использованная при составлении программы

1. Ашманов И. С. Идеальный поиск в Интернете глазами пользователя. М.: Изд-во «Питер», 2011. – 208 с.;
2. Ашманов И. С., Иванов А. А. Продвижение сайта в поисковых системах. М.: Вильямс, 2007. – 304 с.;
3. Богачева Т. Ю., Соболева А. Н., Соколова А. А. Риски интернет-пространства для здоровья подростков и пути их минимизации // Наука для образования: Коллективная монография. М.: АНО «ЦНПРО», 2015. – 329 с.;
4. Большц, Н. Азбука медиа/ Н. Большц. – М.: Изд-во «Европа», 2011. – 136 с.;
5. Гамалей, В. Мой первый видеофильм от А до Я./ В. Гамалей. - СПб.: Питер, 2006 – 268 с.;
6. Ефимова Л. Л., Кочерга С. А. Информационная безопасность детей: российский и зарубежный опыт: Монография. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 240 с.;
7. Ильяхов, М. «Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст. 2-е издание/ М. Ильяхов - М.: Изд-во «Альпина Паблишер». 2017. – 440 с.;
8. Кабани Ш. SMM в стиле дзен. Стань гуру продвижения в социальных сетях и новых медиа! М.: Изд-во «Питер», 2012. – 240 с.;
9. Манович, Л. Язык новых медиа/ Л. Манович. – М.: Изд-во «АДМАРГИНЕМ ПРЕСС», 2018. – 400 с.;
10. Отечественная теория медиа. Справочник. Ред. Вартанова Е. Л., - М.: Изд-во МГУ. 2019. – 246 с.;
11. Слугина Н. Активные пользователи социальных сетей Интернета. СПб.: Изд-во «Питер», 2013. – 240 с.;
12. Федоров А.В. Медиаобразование: вчера и сегодня. М: МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2009. – 315 с.

3.3. Литература для обучающихся и родителей

1. Новые медиа. Социальная теория и методология исследований. Словарь-справочник. СПб.: Алетейя, 2016. – 359 с.;
2. Солдатова Г. У., Рассказова Е. И., Зотова Е. Ю. Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования. М.: Фонд Развития Интернет, 2013. – 144 с.;
3. Эрик Куалман. Безопасная Сеть. Правила сохранения репутации в эпоху социальных медиа и тотальной публичности. Альпина Паблишер, 2017. – 224 с.

4. Аннотация

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа технической направленности «Социальные медиа» предназначена для обучающихся 12 – 14 лет, срок реализации - 1 год, режим занятий: 2 часа 1 раз в неделю.

Программа направлена на формирование информационной культуры, создание различных эффективных форм устного и письменного, мультимедийного и сетевого общения. Ориентирована на профессиональное самоопределение обучающихся; создаёт

условия для личностного развития, успешной социализации и адаптации обучающихся к жизни в обществе, в том числе обеспечивает поддержку талантливых обучающихся.

Содержание программы «Социальные медиа» включает в себя несколько взаимодополняющих направлений:

1. «Социальные сети и их роль в медиакommunikации» – обучающиеся узнают о влиянии социальных сетей на механизмы распространения информации в обществе, научатся работать с социальными группами, персонами с помощью различных каналов коммуникации;
2. «Контент-план для социальных сетей» – обучающиеся научатся создавать брифы и контент-планы, узнают о продвижении текста на социальных платформах;
3. «Мультимедийные технологии для социальных сетей» – обучающиеся научатся использовать ресурсы современных информационных систем в своей деятельности;
4. «SMM-продвижение» – обучающиеся узнают об инструментах для продвижения аккаунта в социальных сетях, научатся взаимодействовать с подписчиками, получают навыки работы с негативом на социальных платформах.

5. Приложения

Приложение 1.

Календарно-тематический план

№	Блок	Неделя	Тема, форма проведения занятия	Кол-во часов	Формы контроля
Первое полугодие					
1.	СК	1 неделя	Комплектование группы	2	Анкетирование
2.	СК	2 неделя	Введение. Инструктаж по ТБ и ПБ	2	Собеседование
3.	У	3 неделя	Социальные сети в контексте информационного общества	2	Собеседование, педагогическое наблюдение
4.	У	4 неделя	Области использования социальных сетей для конкретных целей и задач	2	Собеседование, педагогическое наблюдение
5.	У	5 неделя	Целевые аудитории и «портрет пользователя»	2	Собеседование, педагогическое наблюдение
6.	У	6 неделя	Отличия социальных сетей по аудитории и назначению	2	Опрос
7.	У	7 неделя	Медиаэтика и медиаграмотность	2	Педагогическое наблюдение
8.	У	8 неделя	Авторское право в социальных сетях	2	Опрос, практическая работа
9.	У	9 неделя	Угрозы информационной безопасности в социальных сетях	2	Опрос, практическая работа
10.	СК	10 неделя	Экскурсия в редакцию НВК	2	Педагогическое наблюдение
11.	У	11 неделя	Создание контента для социальной сети. Виды контента: о чем и как писать	2	Опрос, практическая работа
12.	У	12 неделя	Где искать идеи для контента	2	Педагогическое наблюдение
13.	У	13 неделя	Создание контент-плана, работа с брифами	2	Опрос, практическая работа
14.	У	14 неделя	Текстовый контент, сторителлинг	2	Опрос, практическая работа
15.	У	15 неделя	Целевое действие текста (призыв что-то сделать, отдохнуть, узнать, испытать)	2	Педагогическое наблюдение, практическая

			эмоцию, убедиться в компетентности автора)		работа
16.	У	16 неделя	Структура текста	2	Практическая работа, анализ
17.	СК	17 неделя	Проектная деятельность	2	Практическая работа
Итого за первое полугодие				34	
Второе полугодие					
18.	У	18 неделя	Визуальный контент (фото- и видеоиллюстрации, инфографика)	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
19.	У	19 неделя	Фотоконтент (особенности съемок для социальных сетей, ключевые тенденции в съемках)	2	Опрос
20.	У	20 неделя	Фото на телефон. Композиция и фрейминг	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
21.	У	21 неделя	Свет и цвет. Фотопозирование	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
22.	У	22 неделя	Постобработка фотографий в редакторах Movavi Picverse, Photo Studio	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
23.	У	23 неделя	Видео контент – от идеи к готовому видеоролику	2	Опрос
24.	У	24 неделя	Синопис будущего видеоролика и его раскадровка	2	Педагогическое наблюдение
25.	У	25 неделя	Съемка, видеоряд, композиция кадра	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
26.	У	26 неделя	Особенности видеоинтервью	2	Опрос
27.	У	27 неделя	Обработка видеоконтента и монтаж в редакторах Movavi Video Editor, CapCut	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
28.	У	28 неделя	Отличие видеоконтента для разных соцсетей	2	Педагогическое наблюдение, практическая работа
29.	СК	29 неделя	Проектная деятельность	2	Практическая работа
30.	У	30 неделя	Инструменты для продвижения аккаунта в социальных сетях (опросы, голосования, конкурсы и пр.)	2	Практическая работа
31.	У	31 неделя	Повышение узнаваемости в	2	Практическая

			социальных сетях, построение имиджа (брендинг)		работа
32.	У	32 неделя	Взаимодействие с инфлюенсерами и коллаборации	2	Педагогическое наблюдение
33.	У	33 неделя	Проектная деятельность	2	Практическая работа
34.	У	34 неделя	Проектная деятельность	2	Практическая работа
35.	У	35 неделя	Проектная деятельность	2	Практическая работа
36.	СК	36 неделя	Презентация проектной деятельности объединения	2	Практическая работа
Итого за второе полугодие				38	
Итого за год				72	

Приложение 2.

Календарный план воспитательной работы

№	Мероприятие	Форма организации	Сроки проведения
Сентябрь			
1	День знаний	Игра	1 сентября
2	День солидарности в борьбе с терроризмом	Видеофильм	3 сентября
3	Международный день распространения грамотности	Беседа	6 сентября
4	День воссоединения ДНР, ЛНР, Херсонской и Запорожской областей с Россией	Музейный урок	30 сентября
5	Собрания детских и родительских коллективов	Встреча	В течение месяца
Октябрь			
1	Международный день пожилых людей	Встреча	1 октября
2	Международный день музыки	Челлендж	1 октября
3	День защиты животных	Видеофильм	4 октября
4	День учителя	Челлендж	5 октября
5	День отца	Беседа	20 октября
6	Открытие творческого сезона	Концерт	В течение месяца
Ноябрь			
1	День народного единства	Акция	4 ноября
2	День матери	Видеофильм, встреча	24 ноября
3	День государственного герба РФ	Акция, видеофильм	30 ноября
Декабрь			
1	День неизвестного солдата	Беседа	3 декабря
2	Международный день инвалида	Беседа	3 декабря
3	День добровольца в России	Видеофильм	5 декабря
4	День Героев Отечества	Видеофильм	9 декабря
5	День конституции РФ	Квиз	12 декабря

6	Новогодняя кампания ЦВР	Спектакль	20-28 декабря
Январь			
1	День российского студенчества	Встреча	25 января
2	День блокады Ленинграда	Видеофильм	27 января
3	День памяти жертв Холокоста	Видеофильм	27 января
Февраль			
1	День российской науки	Викторина	8 февраля
2	Международный день родного языка	Викторина	21 февраля
3	День защитника Отечества	Акция	23 февраля
Март			
1	Международный женский день	Концерт	8 марта
2	День воссоединения Крыма с Россией	Музейный урок	18 марта
3	Всемирный день театра	Спектакль	27 марта
Апрель			
1	Всемирный день здоровья	День здоровья	7 апреля
2	День космонавтики	Музейный урок, квиз	12 апреля
3	День памяти о геноциде советского народа	Музейный урок	19 апреля
Май			
1	Праздник Весны и Труда	Музейный урок	1 мая
2	День Победы	Видеофильм, беседа	9 мая
3	День детских общественных организаций	Беседа	19 мая
4	День славянской письменности и культуры	Викторина	24 мая
5	Прием выпускников директором ЦВР	Торжественный прием	3 неделя мая

Приложение 3.

Тематика мероприятий с учащимися по комплексной безопасности в течение учебного года с записью в журнале

№	Тематика бесед и возможные формы проведения	Сроки проведения
Дорожная безопасность		
1	Всероссийская неделя безопасности дорожного движения	Сентябрь, май
2	Экскурсии «Безопасный перекресток» (план перехода дороги к ЦВР) Изучение схем маршрутов движения обучающихся от дома до МАУ ДО «ЦВР» и обратно (младшие школьники 1-5 класс)	Сентябрь, май
3	Викторина «Добрые дороги детства» – правила дорожной безопасности	Октябрь, апрель
4	«Осторожно гололед» – беседы, викторины	Ноябрь, март
5	Месячник безопасности – просмотр обучающих фильмов с комментариями	Ноябрь, март
6	«Внимание горка» – викторины, конкурсы, беседы, просмотр видеоматериалов	Декабрь, январь, февраль

7	Акция «Светлячок» – популяризация светоотражающих знаков (викторины, конкурсы рисунков и т.д.)	Октябрь, декабрь, март
8	«Каникулы без опасности» – викторины, конкурсы рисунков по дорожной безопасности	Ноябрь, январь, март, май
Противопожарная безопасность		
1	Викторина «Пожарная азбука», конкурсы рисунков, просмотр мультфильмов и др.	Сентябрь, апрель
2	Беседы: «Правила пожарной безопасности в учреждении и дома», «Порядок обращения с огнем в лесах, парках, походах, развлекательных мероприятиях, связанных с разведением костров».	Октябрь, апрель
3	Тематические часы «Не допусти пожара», «Правила поведения во время пожара», «Пожар в лесу»	Ноябрь, март, апрель
4	Викторина «Безопасный огонек» – правила пожарной безопасности в общественных местах во время массовых мероприятий	Декабрь, январь
5	«Каникулы без опасности» – викторины, беседы, конкурсы по пожарной безопасности	Ноябрь, январь, март, май
Здоровье и профилактика		
1	Тематические часы «Здоровье подростка», «Здоровье девушки»	Октябрь, март
2	«Опасные сосульки» – викторины, конкурсы рисунков	Декабрь, март
3	«Полезно – бесполезно» – правильное питание (загадки, беседы, просмотр видеоматериалов)	Январь, апрель
4	«Экологические акции»	Сентябрь, апрель
5	«Вирусы не страшны» – беседы, просмотры видеоматериалов	Ноябрь, январь, апрель
Безопасность		
1	Беседы: «Что такое терроризм. Как распознать террориста?», «Как вести себя при угрозе взрыва, при стрельбе, захвате заложников», «Правила безопасности при обнаружении взрывчатых веществ и подозрительных предметов».	Сентябрь, декабрь, март
2	Просмотр видеороликов «Безопасный интернет», «Как защититься от кибербуллинга», «Скулшутинг»	Октябрь, май
3	Проведение медиауроков по теме «Информационная безопасность» и бесед с использованием материалов Интернет-ресурсов.	Декабрь, февраль, март
Профориентация		
1	«Путешествие в мир профессий»	Ноябрь, март
2	«Мир современных профессий» – профориентационные игры	Ноябрь, март
3	Тематические часы «Мир моих интересов», «Профессии с большой перспективой»	Сентябрь-май

Приложение 4.

Тест на знание социальных сетей «Залипательные сети».

Современную жизнь невозможно уже представить без социальных сетей. В их сети можно попасть надолго и стать зависимым. А что мы знаем о них? Проверим.

1. Что такое социальная сеть?
 - **веб-сайты, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений, визуализацией которых являются визуальные графы;**
 - сайт для общения с друзьями;
 - онлайн-сервис или веб-сайт.
2. В каком году соцсети начали завоевывать свою популярность в мире?
 - 2000;
 - **1995;**
 - 2010.
3. В каком году в Россию пришла мода на соцсети?
 - 1995;
 - **2006;**
 - 2000.
4. Какой из проектов был запущен первым?
 - ВКонтакте;
 - **Facebook;**
 - Одноклассники.
5. Какой социолог ввел понятие «социальная сеть»?
 - **Джеймс Барнс;**
 - Макс Вебер;
 - Ярко Ойкаринен.
6. Какой из интернет-ресурсов не является соцсетью?
 - google;
 - MySpace;
 - **ebay.com.**
7. Какие снимки можно делать в ВКонтакте?
 - **квадратные;**
 - только определенного размера 600х600;
 - портретные.
8. Кто основал ВКонтакте?
 - Марк Цукерберг;
 - Стив Джобс;
 - **Павел Дуров.**
9. Что связывает ВКонтакте и Одноклассники?
 - **у них один владелец;**
 - обе основаны в один год;
 - у них примерно одинаковая посещаемость.
10. Какая самая популярная соцсеть в мире?
 - **Facebook;**
 - YouTube;
 - Qzone.

Приложение 5.

Тест «Сетевой этикет».

В современном мире электронный этикет стал неотъемлемой частью повседневного сетевого общения. Электронная почта (email), многочисленные мессенджеры, социальные сети, корпоративные и родительские чаты - зачастую, переписка, занимает львиную долю нашего времени.

Вопрос №1: В современном мире, когда общаешься с другими людьми, всегда лучше позвонить, чем написать сообщение или электронное письмо.

А) Конечно, я лучше позвоню, чтобы сразу решить любой вопрос.

Б) Я предпочитаю сначала писать: вдруг мой звонок побеспокоит собеседника?

Вопрос №2: Предпочтительно делить одно сообщение на много маленьких (три-пять коротких), по несколько слов, потому что так удобнее и переписка получается содержательней.

А) Да, считаю, что надо писать кратко, нет времени выбирать формулировки.

Б) Я пишу цельными предложениями, в которых четко понятна мысль. Время - ценный ресурс, поэтому жду от других подобный ответ.

Вопрос №3: Чем меньше смайликов и стикеров в сообщении, тем лучше.

А) Нет, не согласна / не согласен. Смайлики, картинки, наоборот, обогащают, делают сообщение интереснее. В этом сама суть виртуального общения.

Б) Да, согласна / согласен. Лучше не перегружать сообщение и соблюдать деловую этику и тон.

Вопрос №4: Делиться многочисленными скриншотами, ссылками, видео — это нормально, даже если это интересно только вам.

А) Считаю, что да. Открыть ссылки — это не так сложно. Например, тема котиков нравится всем.

Б) Обычно посылаю ссылки с информацией, которая относится к беседе. И стараюсь сразу пояснить, что по этой ссылке находится. Многочисленные уведомления в мессенджере крайне угнетают.

Вопрос №5: Лучше не отправлять скриншотом информацию, которую собеседнику придется потом вручную перенабирать.

А) Какая разница. Это не мои проблемы, что человеку неудобно, например, перепечатывать реквизиты счета с фото. В цифровой век важна скорость отправки информации, таков порядок.

Б) Да, лучше так не делать. Считаю, что время собеседника и свое нужно уважать и ценить. Любое общение и взаимодействие, неважно работа это или личное, нужно строить на принципах уважения друг к другу.

Вопрос №6: В переписке можно спокойно перескакивать с одной темы на другую, неважно, сколько раз. Это даже показывает эрудированность и разносторонние увлечения.

А) Почему бы и нет. Такой подход здорово обогащает беседу, делает ее живее и интереснее. Человек сам должен выбирать, о чем хочет писать, будет странно, если кто-то будет указывать, что ему делать.

Б) Не флудить и не нагромождать бессмысленные потоки информации — важное правило экологичного и качественного общения. Если пользоваться этим правилом, то работать и общаться в сетевой среде станет проще и эффективнее.

Вопрос №7: Даже если человек малознакомый, ему можно спокойно отправлять голосовые сообщения.

А) Да, можно, это же удобно. Делаю так, если вижу, что пользователь находится онлайн. Зачем тратить время на составление текста сообщения, если я быстро все проговорю.

Б) Нет, лучше предварительно уточнить, удобно ли будет собеседнику получать подобные сообщения. Главное правило этикета, в том числе электронного - уважение и вежливость в общении.

Вопрос №8: Всем — коллегам, специалистам, в группы — можно писать в любое время.

А) Конечно, очень классно общаться в любое время, стараюсь быстро отвечать на сообщения и вести регулярные переписки. Так мы становимся ближе друг к другу. А иначе зачем было подписываться на группы и чаты?

Б) Стараюсь сразу узнать общие правила пользования чатом и придерживаюсь их. Или, на крайний случай, попрошу выключить звуковые уведомления, если письмо или документ не терпят отлагательств.

Вопрос №9: Стил ь общения в чатах может быть любой.

А) Стил ь общения в мессенджерах вообще не слишком важен, какая разница. И писать «спс», «пжл» — это тоже нормально. Выбор каждого в каком формате вести переписку.

Б) Стараюсь придерживаться в разговоре дружелюбного или более делового стили я, и важно не переходить на личности, соблюдая должные границы. Считаю уместным использование фраз вроде: «Добрый день!», «Здравствуйте».

Вопрос №10: Обилие знаков препинания!!!! Как их можно НЕ ЛЮБИТЬ????!!

А) Да, я эмоциональный человек. К тому же это помогает мне здорово ЗАХВАТИТЬ ВНИМАНИЕ собеседника!! Можно сказать, это мой характерный почерк сетевого общения.

Б) Много знаков препинания, на мой взгляд, воспринимаются как повышение тона и крик. Текст полностью заглавными буквами стараюсь использовать только в аббревиатурах.

Вопрос №11: На встречах лучше держать телефон в беззвучном режиме.

А) Стараюсь так не делать. Вдруг мне позвонит подруга, а я не услышу. Деловая встреча не будет являться оправданием пропущенному звонку.

Б) Да, это правило хорошего тона, как в театре. И показывает уважение к собеседнику. Особенно, если идет презентация или человек делает доклад. Посторонние звуки сильно отвлекают и вызывают коллективный негатив всех присутствующих.

Вопрос №12: Интересно вести переписку с человеком в разных мессенджерах.

А) Да, я часто так делаю. Заодно тренирую нейронные связи.

Б) Нет, это не удобно — перескакивать туда-сюда.

Ответы теста на знание этикета электронного общения

1. В современном мире, когда общаешься с другими людьми, лучше сначала написать, чем позвонить.

Раньше было удобно быстро дозвониться до нужного человека, чтобы решить необходимые вопросы. Сообщения занимали слишком много времени и не всегда доходили до адресата.

Но этикет — тоже живая и подвижная область знаний. В современных условиях лучше сначала кратко написать, если есть возможность. Звонки лучше осуществлять по предварительной договоренности, чтобы не беспокоить собеседника и не отвлекать от дел.

Это правило касается как делового общения, так и коммуникации с друзьями и знакомыми. Так обе стороны определяют для себя комфортное время и обстановку, которые позволят вести продуктивный виртуальный диалог.

2. Не делите одно сообщение на много маленьких, по несколько слов, потому что так удобнее.

В сообщении ваша мысль должна быть четкой и понятной, поэтому лучше выбирать одно цельное сообщение, а не дробить на три - пять.

Представьте, что вы получаете сразу скопом множество уведомлений, но они все относятся к выражению одной мысли, как вам такое сообщение?

Не похоже, что собеседник знаком с правилами сетикета.

Ведь вам потребуется напрячься и потратить время, чтобы понять смысл информации и понять, что от вас хотят, прежде чем дать ответ. Такой формат общения не приносит удовольствия и более того, совсем далек до делового.

Сетикет предполагает, что общаться стороны всегда должны с высоким уровнем уважения друг к другу и строить взаимодействие на принципах вежливости и внимания к деталям.

3. Дозированно используйте смайлики и стикеры в сообщении.

Я ни в коем случае не против смайликов и стикеров в мессенджерах. Иногда они помогают нам виртуально выразить эмоции, которые сложно передать словами, но во всем лучше соблюдать меру.

Вставляйте эмодзи дозированно и умеренно, только тогда, когда их использование оправдано.

Попрактикуйтесь: попробуйте подобрать слова, которыми можно заменить определенный смайлик. Помните, что деловое общение и переписка по работе разительно отличаются от общения с друзьями и вести их лучше, соблюдая профессиональную этику.

4. Не посылайте слишком много скриншотов, ссылок, видео.

Лучше вставлять ссылки, скриншоты с полезной информацией, которая интересна собеседнику и имеет непосредственное отношение к вашей беседе.

Поясните, что это за скриншот или что откроется по ссылке, если по ней пройти.

Среда онлайн-общения в сети наполнена большим объемом цифровых вредителей и вредоносных ссылок, поэтому, если вы отправляете важную информацию и ждете ответ, заранее расскажите собеседнику каково наполнение послания.

5. Лучше не отправлять скриншотом информацию, которую собеседнику придется потом вручную перенабирать.

Время собеседника так же ценно, как и наше. Поэтому позаботьтесь о нем и его комфорте. Например, переведите реквизиты, текстовую информацию с правками, телефоны в словесную форму, чтобы человеку было легко ею воспользоваться и с ней работать.

Ведь для себя вы бы хотели того же самого. Важно использовать все современные технологии для сокращения затрат, в том числе временных.

Не игнорируйте этот пункт, относитесь к другим так, как требуете того к себе. Время - главный ресурс и его следует расходовать с умом.

6. В переписке не стоит перескакивать с одной темы на другую по несколько раз.

Не нагромождайте излишние потоки информации. Лучше и эффективнее придерживаться той темы, о которой идет речь, писать содержательно и кратко.

Если что-то непонятно, есть вопросы к определенному участнику беседы, возник побочный интерес, напишите этому человеку лично, не используйте общий чат.

Также важно подписывать, к кому конкретно обращаетесь, если тема касается работы в коллективном чате.

Не флудить — главное правило Интернета.

7. Малоознакомому человеку лучше не отправлять голосовые сообщения.

Если человек малознакомый, то электронное общение лучше начинать с текстового сообщения. Это не только вежливое поведение, но и основа делового общения.

Если в процессе выяснится, что собеседник не против голосовых посланий, то потом можете смело отправлять и их. Не все любят голосовые сообщения в переписке, часто ими просто неудобно пользоваться — например, не всегда есть возможность их сразу прослушать.

Да и главное правило виртуального общения состоит во взаимном создании комфортной благоприятной атмосферы.

8. Не стоит писать коллегам, специалистам, в рабочие группы в любое время.

Соблюдайте правила общения, которые предусмотрены в чатах. Даже если вам вдруг захотелось работать, это не значит, что другие члены группы испытывают подобное желание. Сетикетом определяется правило придерживаться корректного времени для общения — по будням это с 9 до 21, по выходным с 11 до 20 часов. Все мы люди и имеем право на отдых и личную жизнь. Поэтому важно тщательно выбирать время, если безотлагательные вопросы возникли в нерабочие часы или день.

9. Придерживайтесь определенного стиля общения в чатах.

Все мы знаем, что в начале разговора принято здороваться. Лучше использовать корректные фразы вроде «Здравствуйте», «Добрый день!».

Это основной принцип взаимодействия людей в сетевом пространстве. Написание сокращенных слов вроде «спс», «пжл» в деловой переписке смотрятся странно и неуместно.

В целом старайтесь придерживаться официально-делового или дружелюбного стиля и ни в коем случае не переходите на личности.

10. Аккуратнее с большим количеством знаков препинания и большими буквами.

В аббревиатурах текст заглавными буквами допустим, это да.

Но в электронной переписке вы не видите собеседника, у вас есть только текст. И обилие знаков препинания, капса может восприниматься как повышение тона, крик. Многоточие тоже более уместно в рамках художественного текста, а текст в скобках многие часто пропускают, считая его незначительным.

Уделите составлению текстовых материалов, будь то email или короткое сообщение в чат, особое внимание - обязательно прочитайте перед отправкой.

11. На встречах (презентациях) лучше держать телефон в беззвучном режиме.

Да, это признак хорошего тона и уважения к собеседнику. Так вы покажете заинтересованность и важность общения с ним как с собеседником. Проявление должного уровня ответственности всегда высоко ценится обществом.

12. Не переключайтесь постоянно с мессенджера на мессенджер.

Не стоит при общении переключаться из мессенджера в мессенджер даже если пользуетесь одновременно несколькими. На мой взгляд, удобнее хранить переписку в одном месте.

Если вы переписываетесь с собеседником в одном мессенджере, но вам неудобно или не нравится, попросите его перейти в комфортный для вас. Многие с легкостью на это соглашаются.

Главное - озвучить свое пожелание вслух.

Практическая работа по выявлению целевой аудитории.

Обучающимся необходимо выбрать медиапроекты и описать их аудиторию.

1. Разделиться на группы по 3–4 человека и выбрать любой медиапроект. Это могут быть страницы СМИ в социальных сетях, аккаунты блогеров, любые шоу (например, Влад Бумага А4, официальная страница «Голос. Дети» ВКонтакте и др.).

2. Каждая команда готовит краткое описание медиапроекта и его целевой аудитории, описывает 1–2 пользователей по схеме «Портрет пользователя».

Шаг 1. Общие характеристики. Для начала найдите или сделайте фотографии типичного персонажа, дайте ему имя, определите возраст, опишите его роли (школьник, старший ребёнок в семье, руководитель отдела, отец, мать, сын и т. д.), профессию или место учебы, жительства, важные события из его жизни.

Шаг 2. Эмоциональная сторона. 1. Интересы, хобби. 2. Как проводит свободное время. 3. О чём мечтает персонаж, чего хочет добиться (возможно, это связано с потреблением вашего медиапродукта). 4. Что его вдохновляет и раздражает.

Шаг 3. Контекст использования. 1. Цель и причины потребления вашего медиа: почему он должен подписаться на ваш блог, смотреть ваши выпуски. 2. В какой момент и при каких условиях соприкасается с вашим продуктом: время (утро, день, вечер), место (в машине, за завтраком, в метро), компания (потребляет контент в одиночестве или совместно с семьёй, друзьями, коллегами, делится ли им).

То есть необходимо написать сценарий, который представит в подробностях день пользователя и самое главное – в какой момент он взаимодействует с вашим контентом.

Разбор кейсов саморегулирования медиасферы.

Этап 1. Выберите кейс нарушения норм медиаэтики из медиапрактики и рассмотрите с учениками процесс саморегулирования.

Вопросы для обсуждения:

- В какой роли находится инициатор конфликта в данном случае: он контентмейкер или потребитель контента?

- Какое обязательство, накладываемое медиаэтикой, и перед кем он нарушил?

Примеры кейсов нарушения норм медиаэтики: Pokemon Go (Руслан Соколовский – видеоблогер, в 2017 году получивший 2 года условно по ст. 148 УК РФ за ловлю покемонов в Храме на Крови в Екатеринбурге); самоубийство рестлерши Ханы Кимуры (участница реалити-шоу «Terrace House» от Netflix стала жертвой кибербуллинга из-за бытового конфликта с другим участником проекта – массовое психологическое насилие в сети привело к трагедии).

Этап 2. Проанализируйте выбранные вами на предыдущем этапе примеры и ответьте на вопросы. Вопросы для обсуждения:

- Может ли конфликт потенциально перейти в правовое поле (или уже перешёл)?

- Если конфликт не переходит в правовое поле, как медиаэтика на него влияет и как сдерживает?

Попробуйте оценить, какие последствия для данного кейса возможны за нарушение этических норм (или какие последствия наступили) со стороны законодательства и аудитории?

Важно отметить, что «правильных ответов» в медиаэтических дилеммах нет, поэтому свои поступки и выводы следует обосновывать и подкреплять аргументами. В качестве аргументов могут выступать ссылки на похожие кейсы с авторитетными участниками, ссылки на общепризнанные нормы и т. д.

Приложение 8.

Кейсы для разбора правового регулирования социальных сетей.

1. Блокировка мессенджера Telegram.

Предыстория. В 2016 году в России появились два закона, получившие неофициальное название «пакет Яровой». Он затронул в том числе мессенджеры: с 20 июля 2016 года они стали обязаны регистрироваться в реестре распространителей информации Роскомнадзора. Также мессенджеры обязали идентифицировать своих пользователей (с 2016 года), передавать ФСБ ключи шифрования и хранить сообщения пользователей на территории России (с 2018 года). В случае отказа предоставить необходимые данные сервис подлежал блокировке. Такие требования противоречили политике конфиденциальности Telegram, поэтому создатель сервиса Павел Дуров отказался их соблюдать. Ход событий 31 августа 2017 года ФСБ отправила руководству мессенджера уведомление о составлении протокола об административном нарушении (ч. 2.1 ст. 13.31 Кодекса об административных правонарушениях, КоАП РФ). В ответ Telegram обратился в Верховный суд России с иском о признании недействующим приказа ФСБ, поскольку, по мнению руководства компании, приказ спецслужбы противоречит требованию закона о необходимости судебного решения для доступа к переписке граждан. Но жалобу Telegram отклонили. Далее мессенджер направил в Роскомнадзор уведомление о технической невозможности предоставить ФСБ ключи дешифрования сообщений. На это Роскомнадзор подал иск о блокировке Telegram. 16 апреля 2018 года операторы связи приступили к блокировке. Telegram пытался обойти её, постоянно меняя IP-адреса для доступа к сервису. Тем не менее в работе мессенджера появились значительные перебои. Параллельно началось протестное движение: акция с бумажными самолётиками, митинги, десятки инструкций «как установить VPN, чтобы обойти блокировку». Все это позволило множеству пользователей продолжить пользоваться Telegram и дальше.

Итог. В октябре 2019 года спецпредставитель президента Российской Федерации по цифровому развитию Дмитрий Песков подчёркивал, что Telegram в России «заблокирован, но не запрещён». В апреле 2020 года депутаты Госдумы от «Справедливой России» Федот Тумусов и Дмитрий Ионин подготовили законопроект о разблокировке Telegram в связи с тем, что мессенджер используется госорганами для распространения официальной информации о коронавирусе.

Основатель мессенджера Павел Дуров в своём канале 4 июня заметил, что разблокировка позволила бы 30 млн пользователей Telegram в России более комфортно использовать сервис. 18 июня 2020 года Роскомнадзор официально отменил блокировку Telegram. В январе 2021 года мессенджер стал самым скачиваемым неигровым приложением в мире, обогнав TikTok и WhatsApp. Об этом свидетельствуют данные компании Sensor Tower, занимающейся аналитикой цифровых рынков.

На сегодня в Telegram размещены официальные и неофициальные группы практически всех федеральных министерств и ведомств.

Приложение 9.

Дела за репост и новая политика конфиденциальности ВКонтакте.

Предыстория. По данным Верховного суда, количество уголовных дел за публикации в соцсетях постепенно растёт: 187 в 2015-м, 184 в 2016-м, 216 в 2017-м, 226 в 2018-м. За первую половину 2019 года насчитали 62 дела. Всего 875 дел. Как правило, публикации пользователей попадали под статьи Уголовного кодекса Российской Федерации: ст. 282 (возбуждение ненависти и вражды), ст. 354.1 (реабилитация нацизма), ст. 148 (оскорбление чувств верующих), появившуюся после панк-молебна Pussy Riot в 2012 году, и самую новую – ст. 280.1 (призывы к сепаратизму), которая вступила в силу в мае 2014 года после вхождения Крыма в состав Российской Федерации. Российские следственные органы и суды находили нарушения закона в фотографиях, коллажах, мемах, репостах всего вышеперечисленного, а также лайках к постам.

Вот несколько примеров.

1. 22-летняя жительница Белгородской области опубликовала ВКонтакте фото, на котором прикуривала сигарету от свечи в православном храме. Ее судили и оштрафовали за оскорбление чувств верующих;

2. На студента юрфака Алексея Свердлова завели уголовное дело, обвинив в призывах к экстремистской деятельности. В вину молодому человеку вменили 12 мемов из его профиля ВКонтакте. В их числе фотографии девушек, пытающихся есть лапшу в мусульманских одеяниях (абаях), изображение кавказцев в красных мокасинах и др.

3. В Санкт-Петербурге поссорились два сторонника националистических взглядов. Один из них, пытаясь подшутить над товарищем, опубликовал коллаж: к фото приятеля на фоне флага СССР добавилась надпись, из которой следовало, что тот жаждет «триумфа сионизма». Кроме того, разозленный приятель призвал в посте убить своего товарища. Друзья помирились, но их делом теперь занялся Следственный комитет.

Лидером по судебным делам за репосты на территории Российской Федерации стала социальная сеть ВКонтакте. Согласно докладу информационно-аналитического центра, «Сова», за 2017 год 138 постов, привлёкших внимание следователей, были размещены ВКонтакте, по два – в Facebook, «Живом журнале» и на YouTube.

Ход событий. В 2018 году СМИ начали активно освещать общественное недовольство в отношении таких дел: возникло множество материалов в духе «сидишь ВКонтакте, сядешь в тюрьму». Пользователи социальной сети были всерьёз обеспокоены своей безопасностью, повально чистили личные страницы от потенциально нелегального контента, начали реже делать репосты и даже ставить лайки, опасаясь, что попадут в число «счастливчиков», которыми могут заинтересоваться правоохранные органы. ВКонтакте был вынужден отреагировать на такое поведение аудитории, чтобы убедить её в безопасности использования социальной сети. Руководство ввело новую политику конфиденциальности, согласно которой, во-первых, появились «закрытые профили», что позволило делиться информацией не со всеми пользователями соцсети, а только с кругом виртуальных друзей, во-вторых, перестал отображаться список людей, сделавших репост записей, пользователям доступна информация лишь об их количестве.

В закрытом профиле отображается минимум информации: имя и фамилия, превью главной фотографии (аватара), список общих друзей. По желанию пользователя может показываться статус, город, возраст и место работы. Контент и остальная информация на странице автоматически закрываются настройками приватности.

«Несмотря на то, что корень проблемы кроется в несовершенном законодательстве и правоприменительной практике, мы будем продолжать делать все от нас зависящее и системно совершенствовать ВКонтакте, предоставляя пользователям больше гибкости в работе со своими данными. Очень скоро мы запустим возможность быстро архивировать или полностью удалять свои старые записи и фотографии. Для многих это может стать удобной возможностью скрыть неактуальную информацию со своей страницы», – комментировал ситуацию Андрей Рогозов, управляющий директор ВКонтакте.

Итог. В 2018 году Совет по правам человека при Президенте Российской Федерации предложил декриминализовать статьи за репосты в соцсетях. В мае 2020 года

депутаты Государственной Думы Сергей Шаргунов и Алексей Журавлев внесли законопроект об отмене уголовного наказания за экстремистские репосты в интернете.

Дело Соколова о ловле покемонов в храме.

Предыстория. В 2012 году, после прецедента с панк-молебном Pussy Riot в храме Христа Спасителя, в Уголовном кодексе появилась новая статья 148 «Нарушение права на свободу совести и вероисповеданий». В СМИ её окрестили «статьей за оскорбление чувств верующих». В 2015 году на телеканале «Россия-24» вышел сюжет, в котором сообщалось, что ловля покемонов в священных местах по российскому законодательству карается штрафом до 500 тысяч рублей или лишением свободы сроком до трёх лет. Увидев его, блогер Руслан Соколовский назвал такую меру «полным бредом», а затем отправился в екатеринбургский Храм на Крови сыграть в Pokémon GO.

Ход событий. Вскоре Соколовского арестовали: произошло это 3 сентября. При этом игра Pokémon GO стала только началом большого судебного дела: со временем список претензий к Соколовскому вырос. Обвинения в итоге выдвинули по ст. 282 УК РФ «Возбуждение ненависти либо вражды, а равно унижение человеческого достоинства» и ст. 148 УК РФ «Нарушение права на свободу совести и вероисповеданий». Кроме того, дома у Соколовского нашли ручку со встроенной камерой, что стало поводом для обвинения в незаконном обороте технических средств, предназначенных для негласного получения информации. В обществе возникла дискуссия, справедливо ли обвинили блогера. За Соколовского заступились и представители религиозных общин, и бывший мэр Екатеринбурга Евгений Ройзман, а также многие СМИ. Несмотря на активную защиту со стороны общественности, прокурор попросила для блогера 3,5 года заключения. Во время оглашения приговора судья подчеркнула, что Соколовского судят не за компьютерную игру или ловлю покемонов в храме. «Ему предъявлены обвинения за совершение публичных преступлений, разжигающих рознь», – объяснили в суде. Итог Руслан Соколовский не признал свою вину во время заседания в Верх-Исетском суде Екатеринбурга.

Приложение 10.

Базовые правила цифровой грамотности в интернете (памятка для обучающихся и родителей)

Запомните!

1. Не делитесь в сети большим количеством информации о себе.
2. Создавайте сложные и уникальные пароли для каждого аккаунта (не имя питомца или лучшего друга, не даты рождения близких людей, а 12 знаков, включая буквы в разном регистре, цифры и специальные символы), ещё лучше – пользоваться менеджером паролей для их создания и хранения. Придерживайтесь правила «один сервис – один уникальный пароль».
3. Везде, где это возможно, настройте двухфакторную аутентификацию для входа в аккаунт. Двухфакторная аутентификация – это метод идентификации пользователя в каком-либо сервисе при помощи запроса аутентификационных данных двух разных типов, что обеспечивает двухслойную защиту аккаунта от проникновения злоумышленников. На практике это обычно выглядит так: сначала вводится логин и пароль, далее – специальный код, приходящий по SMS или электронной почте. Реже второй «слой» защиты запрашивает специальный USB-ключ или биометрические данные пользователя. Иначе говоря, чтобы куда-то попасть, нужно дважды подтвердить тот факт, что вы – это вы, причём при помощи двух «ключей», один из которых вы держите в памяти (логин и пароль), а второй – получаете через сторонний ресурс.

4. Не храните конфиденциальные документы и приватные фотографии в открытом виде на устройствах – смартфонах, планшетах, ПК, а также в облачных сервисах. Используйте для этого специальные программы, которые не дадут доступ посторонним.

5. Поставьте защитное решение на все устройства и регулярно обновляйте его. Важно, чтобы это был не просто антивирус, а комплексное решение для разноплановой защиты, например с антифишинговым компонентом и защитой от спама.

6. Устанавливайте приложения только из официальных магазинов и внимательно проверяйте, какие разрешения вы даёте установленным приложениям. Это же касается приложений для соцсетей.

7. Не забывайте обновлять операционную систему и приложения. Вместе с обновлениями разработчики не только улучшают дизайн и добавляют новые функции, но ещё и модернизируют алгоритмы защиты.

8. Не переходите по сомнительным ссылкам. Если вам поступают какие-то заманчивые предложения или угрозы, не реагируйте и не предпринимайте каких-либо действий.

9. С осторожностью относитесь к сообщениям от неизвестных отправителей, к любым просьбам перевести деньги.

10. Если в сервисе, которым вы пользуетесь, произошла утечка данных, сразу смените пароль от своей учётной записи.

Приложение 11.

Сторителлинг, разбор материала в социальной сети.

Вопросы для обсуждения: 1. Кто герои этой истории и какова последовательность событий? 2. Можно ли проследить завязку и развитие? Есть ли кульминация? Показана ли развязка истории? 3. Применяются ли инструменты вовлечения зрителя (опросы, голосования, предложения своих вариантов)? Зачем, как вам кажется, эти инструменты используются в этой конкретной истории? 4. Какую цель, исходя из анализа, преследует эта история? Зачем блогер мог её создать?

Упражнение «Пересборка истории».

Выберите с учениками ряд известных им историй из списка школьной литературы. Произведений может быть несколько, над каждым будет работать команда. Предложите ученикам «переписать» указанное произведение (в виде короткого описания), выбрав в качестве главного героя другого персонажа. Как он будет действовать в авторском мире? Как его история изменится, если он или она станет главным персонажем? Какие ещё вводные можно добавить в сюжет, чтобы сделать его интереснее и вызвать у читателей те или иные эмоции?

Упражнение «Создаём историю на основе случайного текста».

Выберите или сгенерируйте случайный набор слов: для этого можно воспользоваться сервисом Яндекс «Балабоба» (<https://yandex.ru/lab/yalm?style=9>), например, выбрав стиль «Пацанские цитаты», «Рекламные слоганы» или «Подписи в ВК». Этот случайный набор слов становится названием несуществующей книги, а ученикам в командах нужно придумать её сюжет.

В конце упражнения каждая команда рассказывает свой сюжет, объясняя, где завязка, где развитие, в чем состоит кульминация и как происходит развязка.

Упражнение «Создаём историю на основе комплекса персонажей».

Набросайте пул персонажей, которых можно использовать в истории (лучше около 20–30). Напишите каждого персонажа на отдельной бумажке и сложите записки в шляпу или любой другой контейнер, откуда ученики будут доставать жребий.

Персонажи могут быть абстрактными (девочка-отличница, говорящая лиса, великий волшебник, учитель математики), а могут быть известными детям по школьной программе (Герасим, Кот Бегемот, Базаров, Печорин и т. д.).

Ученикам нужно разделиться на команды по 3–4 человека. Каждая команда достаёт из контейнера 3–4 бумажки – это и будет персонажный комплекс, на основе которого им нужно создать истории.