

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Министерство образования и молодежной политики Свердловской области
Управление образования ГО Первоуральск
МАОУ "Лицей № 21"

РАССМОТРЕНО

на заседании
педагогического совета

МАОУ «Лицей № 21»

Протокол от «23» августа
2023 г №1

УТВЕРЖДЕНО

Приказом МАОУ «Лицей
№ 21»
от «25» августа 2023 г.
№73

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

(ID 654539)

учебного курса «Медиакоммуникации в социальных сетях»
для обучающихся 10 – 11 классов

Первоуральск 2023

Пояснительная записка

Рабочая программа по учебному курсу “Медиакоммуникации в социальных сетях” (10 -11 класс) объемом 34 часа включает календарно-тематическое планирование, пояснительную записку, содержание рабочей программы, перечень учебно-методического обеспечения и разработана в соответствии с требованиями ФГОС СОО.

Актуальность

Практически каждый ребенок на сегодняшний день является активным пользователем интернета. Основную часть контента, как информационного характера, так и развлекательного, и образовательного, подростки получают из социальных медиа. Для того, чтобы критически относиться к контенту, определять фейки (как текстовые, так и визуальные), находить первоисточники новостных сообщений – была разработана первая часть программы. Особое внимание мы уделяем развитию умений по работе с негативной информацией и способам реагирования на негатив, поступающий лично в сторону подростков или пользователей открытых ресурсов, в том числе школьных.

Вторая часть курса посвящена продвижению собственных проектов. Важно понимать, что пост с самыми красивыми фотографиями не станет популярен, если не выстроить общую концепцию продвижения. Поэтому важно уметь планировать коммуникационную деятельность, а именно знать базовые элементы для составления коммуникационного плана, разработки контент-плана, адаптации контента под различные платформы и аудиторию.

Цель программы: обучение школьников правильной работе с информацией, найденной в интернете, а также грамотному продвижению своего контента в социальных сетях.

Задачи программы:

Личностные:

- понимание особенностей медиакоммуникации в различных социальных сетях для успешного развития в профессиональной деятельности и в межличностном общении;
- умение создавать и адекватно оценивать контент, адаптируемый под различные социальные сети.

Метапредметные:

- применение приобретенных коммуникативных навыков в повседневной жизни;
- организация эффективного взаимодействия с окружающими людьми в процессе совместной работы, выполнения проекта, участия в дискуссиях;
- владение навыками создания и адаптации текстов для социальных сетей различных стилей и жанров.

Предметные:

- понимание особенностей размещаемого в социальных сетях контента;
- овладение навыками проверки достоверности текстовой и видео информации;
- овладение навыками адаптации текстов различных жанров;
- умение выстраивать грамотную коммуникационную стратегию для собственного проекта;
- умение коммуницировать в социальных сетях в соответствии с ситуацией и целью коммуникации, в том числе и импровизировать.

Объем программы: 34 часа

Планируемые результаты:

Обучающиеся должны **знать:**

- виды (классификацию) и особенности фейков;

- стратегию поиска первоисточников и оценки внесенных искажений информации;
- алгоритм работы с информационными базами и поиска дополнительной информации;
- жанры и форматы контента в социальных медиа, их специфику;
- цели и задачи медиапланирования, основные подходы к составлению контент-плана.

Должны уметь:

- находить первоисточники информации, опознавать и разбирать фейки, проводить фактчекинг информации;
- работать с негативом в социальных сетях;
- разрабатывать коммуникационную стратегию для своего проекта;
- адаптировать контент разных жанров под разные социальные сети и разные задачи.

Учебно-тематический план

№	Разделы программы	Кол-во часов	Лекция	Практика
1	Вводное занятие	1	0,5	0,5
2	История социальных сетей	1	0,5	0,5
3	Социальные сети: специфика и анализ функций	1	0,5	0,5
4	Целевые аудитории и "портрет пользователя"	1	0,5	0,5
5	Медиаэтика и медиаграмотность	1	0,5	0,5
6	Правовые основы работы социальных сетей	1	1	-
7	Авторское право в социальных сетях	1	1	-
8	Основы безопасности в социальных сетях	1	0,5	0,5
9	Рассказывание историй в социальных сетях	1	0,5	0,5
10	Практическое занятие "Сторителлинг - основа медиа контента"	1	0,5	0,5
11	Фото и видеоконтент: функции и правила создания	1	-	1
12	Нейросеть - помощник для создания мультимедийного контента	1	-	1

13	Описание аккаунта на площадке Вконтакте	1	-		1
14	Самопрезентация	1	-		1
15	Навигация, актуальное, закрепленные сообщения	1	0,5		0,5
16	Фейки и искажения в медиасреде	1	0,5		0,5
17	Правила проверки текстовой фото и видео информации	2	1		1
18	Работа с негативной и искаженной информацией в социальных медиа	4	1	3	Деловая игра
19	Коммуникационные стратегии образовательных учреждений для	6	2	4	Онлайн проект на площадке Тильда
20	Контент и контент-план в школьной редакции	1	-	1	
21	Создание и редактирование текста для социальных медиа	1	0,5	0,5	
22	Инструменты продвижения в социальных медиа	2	1	1	
23	Итоговый проект	2			Защита итогового проекта
	Итого:	34	12,5	19,5	

Методическое обеспечение

№	Раздел или тема программы	Формы занятий	Приемы и методы организации образовательного процесса (в рамках занятия)	Дидактический материал	Формы подведения итогов	Техническое оснащение занятия
1	Фейки и искажения в медиасреде	Комбинированный урок	Рассказ педагога, практическая работа в группах	Учебное пособие «Медиакоммуникации в социальных сетях» для 10 класса		Компьютер, проектор, интерактивная доска, мобильные телефоны
2	Правила проверки текстовой фото и видео информации	Комбинированный урок	Рассказ педагога, практическая работа в группах	Учебное пособие «Медиакоммуникации в социальных сетях» для 10		Компьютер, проектор, интерактивная доска, мобильные

				класса		телефоны
3	Юридические аспекты работы в социальных медиа	Комбинированный урок	Рассказ педагога, практическая работа в группах	Учебное пособие «Медиакоммуникации в социальных сетях» для 10 класса		Компьютер, проектор, интерактивная доска, мобильные телефоны
4	Работа с негативной и искаженной информацией в социальных медиа	Комбинированный урок	Рассказ педагога, практическая работа в группах, деловая игра (см. приложение 1)	Учебное пособие «Медиакоммуникации в социальных сетях» для 10 класса	Деловая игра	Компьютер, проектор, интерактивная доска, мобильные телефоны
5	Коммуникационные стратегии для образовательных учреждений	Комбинированный урок	Рассказ педагога, практическая работа в группах	Учебное пособие «Медиакоммуникации в социальных сетях» для 10 класса		Компьютер, проектор, интерактивная доска, мобильные телефоны
6	Контент и контент-план в школьной редакции	Комбинированный урок	Рассказ педагога, практическая работа в группах	Учебное пособие «Медиакоммуникации в социальных сетях» для 10 класса		Компьютер, проектор, интерактивная доска, мобильные телефоны
7	Создание и редактирование текста для социальных медиа	Комбинированный урок	Рассказ педагога, практическая работа в группах	Учебное пособие «Медиакоммуникации в социальных сетях» для 10 класса		Компьютер, проектор, интерактивная доска, мобильные телефоны
8	Инструменты продвижения в социальных медиа	Комбинированный урок	Рассказ педагога, практическая работа в группах	Учебное пособие «Медиакоммуникации в социальных сетях» для 10 класса		Компьютер, проектор, интерактивная доска, мобильные телефоны

Список источников для работы педагога:

1. О средствах массовой информации: Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 14.07.2022) // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/
2. О рекламе: Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/
3. О внесении изменений в статью 15-3 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации": Федеральный закон от 18.03.2019 № 31-ФЗ // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL:

http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_320401/

4. О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях: Федеральный закон от 18.03.2019 № 27-ФЗ // КонсультантПлюс : [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_320399/
5. Третьякова, О.В. Правовые основы журналистики : учебник для бакалавриата / О. В. Третьякова. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 472 с. — ISBN 13 978-0313302459
6. Кошкарлова, Н.Н. Фейк, я тебя знаю: лингвистические механизмы распознавания ложной информации / Н. Н. Кошкарлова, Е. С. Бойко // Политическая лингвистика. — 2020. — № 2 (80). — С. 77-82.

7. Манойло А.В., Попадюк А.Э. Зарубежные научные подходы к исследованию «фейковых новостей» в мировой политике // Россия и современный мир. — 2020. №2. — С. 285-300. — DOI: 10.31249/rsm/2020.02.17
8. Журналистика, “фейковые новости” и дезинформация. Руководство по академической и профессиональной подготовке журналистов. — Текст : электронный // Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) : [сайт]. — URL: https://www.susu.ru/sites/default/files/book/zhurnalistika_i_dezinformaciya.pdf (дата обращения: 23.08.2022).
9. Сенаторов, А. Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. — М.: Альпина Паблишер, 2016. — 153 с. — ISBN 978-5-9614-5526-7

Список источников для учащихся:

1. Хайятт М. Платформа: как стать заметным в Интернете. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
2. Кеннеди, Д. Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимум: Учебное пособие / Кеннеди Д. — М.: Альпина Паблишер, 2017. — 344 с. — ISBN 978-5-9614-6179-4
3. Как стать видеоблогером: бесплатный онлайн курс: [Электронный ресурс] //сайт Академия ИТ. Онлайн образование. URL: <https://academiait.ru/course/kak-stat-videoblogerom/>
4. Уроки для начинающих блогеров: бесплатные обучающие видео: [Электронный ресурс] //сайт Все курсы онлайн. URL: <https://vse-kursy.com/read/351-uroki-dlya-nachinayuschih-blogerov-besplatnye-obuchayuschie-video.html>
5. Cossa: авторский блог: [Электронный ресурс] // канал в Telegram. URL: <https://t.me/cossaru>

Приложение 1
Сценарий деловой игры по теме
«Работа с негативной и искаженной
информацией в социальных медиа»

Максимальное количество участников деловой игры – 30 человек. Участники делятся на три команды (в случае участия 30 человек).

1. Инструктаж, объяснение задач игры, правил, метод подсчета очков – 10 минут

2. Первое задание. Разминка

Командам предлагаются 8 заголовков из различных медиа. Задача провести коллективный разбор с целью выявить заголовки к реальным новостям и к новостям фейковым. Задания сдаются в письменном виде. Ведущий игры просит представителей команд объяснить, как они принимали решение по заголовкам.

Постановка задачи – 5 минут

Выполнение – 15 минут

Разбор выполненного задания – 20 минут

3. Второе задание. Чтение текста

Командам предлагается по 3 медиатекста, в которых надо выделить фактическую, искаженную и фейковую составляющие. Задания сдаются в письменном виде. Каждая команда представляет один из текстов с разбором. Ведущий задает вопросы представителям по технологии работы с текстом

Постановка задачи – 5 минут

Выполнение – 20 минут

Разбор выполненного задания – 20 минут

Перерыв – 15 минут

4. Третье задание. Юридическая практика. Разминка

Командам предлагается по 5 фото и видео продуктов, которые надо определить на предмет соответствия авторскому праву, нарушению частного пространства и наличию фейков. Каждая из команд должна объяснить мотивы своего решения.

Постановка – 5 минут

Выполнение – 15 минут

Разбор выполненного задания – 15 минут

5. Четвертое задание. Анализ текста на предмет юридических проблем

Каждая команда получает текст, содержание которого может иметь неприятные юридические последствия для автора. Задача – понять, в чем сложности и объяснить автору, на что обратить внимание.

Постановка задачи – 5 минут

Выполнение – 20 минут

Разбор выполненного задания – 20 минут

Перерыв – 15 минут

6. Пятое задание. Управление репутационными издержками

Условия: в сети появился блог, распространяющий неверную и дискредитирующую информацию о вашей школе/о вас.

Задача: продумать стратегию информационного противодействия, выявление фейков и недобросовестной информации.

Постановка задачи – 10 минут

Выполнение – 30 минут

Разбор выполненного задания – 25 минут

7. Подведение итогов, ответы на вопросы

Приложение 2.

Требования к итоговому заданию по курсу

Презентация коммуникационной стратегии социальных сетей .

Учащийся по желанию выбирает, коммуникационную стратегию какой группы он делает (своей школы, класса, личного бренда, личного блога). Также на усмотрение учащегося остается выбор социальной сети (если этой страницы еще не существует).

Коммуникационная стратегия должна включать следующие пункты:

1. Позиционирование.
Включает в себя «миссию» страницы/группы, брендинг, логотип, tone of voice и т.д.
2. Анализ конкурентов.
Предполагает изучение конкурентов по схожей тематике.
3. Описание аудитории.
Описание целевой аудитории проекта, а также представление бренд-чемпиона от заявленной ЦА.
4. Рубрикатор тем.
Может быть включен в контент-план.
5. Контент-план на неделю.
Подробно расписанный контент-план на неделю, включающий рубрики.
6. Пример 2 постов.
2 поста, соответствующих теме сообщества, а также позиционированию, заявленному в пункте 1.

Презентация выполняется в формате pdf или pptx, затем презентуется на итоговом уроке. Учащемуся дается 5-7 минут на презентацию, затем другие учащиеся и учитель задают вопросы. Итого 10 минут на каждую презентацию.

В презентации должно быть не менее 6 и не более 15 слайдов.

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 138886899515110284398995661652590028330255961003

Владелец Демакова Людмила Николаевна

Действителен с 19.03.2024 по 19.03.2025