

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Министерство образования тверской области
Администрация Вышневолоцкого муниципального округа
МБОУ " Гимназия №2 "

РАССМОТРЕНО

Кафедрой лингвистики
МБОУ "Гимназия №
2", руководитель
кафедры

Марченко О.В.
Протокол № 1
от «27» августа 2025 г.

СОГЛАСОВАНО

Руководителем
методического совета
МБОУ "Гимназия №
2"

Волкотрубенко И.С.
Протокол № 1
от «27» августа 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО

Директор МБОУ
"Гимназия № 2"

Сафронова О.О.
Приказ № 82
от «28» августа 2025 г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

(ID 6814716)

учебного предмета Медийная грамотность

для обучающихся 10 классов

Вышний Волочёк 2025

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА «Медийная грамотность»

Медийная грамотность в данном курсе рассматривается как система использования средств массовой коммуникации и информации (печати, радио, телевидения, видео, компьютерной техники, фотографии) в развитии индивидуальности школьника. Сама система развития в отличие от традиционных учебных предметов, накапливающих знания, предполагает в первую очередь практику художественно-творческой деятельности, моделирующую процесс эмоционально-интеллектуального развития школьника, его возможностей:

- в процессе восприятия различных видов информации продуктивно читать медиатекст, устанавливая ассоциативные и семантические связи между перцептивными единицами;
- передавать свои впечатления от воспринятого в словесной или невербальной форме (дневниковые записи, заметки, рецензии, статьи, рисунки, фотографии, видеосъемка, музыкальные фразы, компьютерная схема и т.д.);
- аргументированно оценивать полученную информацию, проявляя самостоятельность суждения, определенный уровень художественного вкуса, эрудиции;
- использовать средства массовой коммуникации для самореализации, передачи своего понимания окружающей действительности, искусства, своего отношения к миру.

Мироощущение современных обучающихся, их нравственные убеждения зависят от каждодневного неуправляемого воспитателями воздействия массовой электронной культуры, вызывающей такие болезненные отклонения, как видеоклипизм, видеомания, видеофилия. И в то же время открывается перспектива использования благотворных образовательных возможностей в развитии интеллекта и эмоций на основе аудиовизуальной и медиакультуры: различных видов мышления, художественно-творческой деятельности, восприятия, навыков интерпретации, эстетической оценки многообразных медиатекстов.

Традиционные педагогические модели односторонне решают задачи эмоционально-интеллектуального развития школьников 1-10 классов, обращая внимание на процесс накопления знаний, на использование экранных искусств и других медиа как иллюстративного, наглядного

материала для решения воспитательных задач или на развитие навыков художественно-творческой деятельности в области медиа и конкретных видов искусства.

За пределами такой педагогики остается сам ребенок в многообразии его эмоциональных, интеллектуальных, художественных, эстетических связей с миром, реальной действительностью, его потребности в избирательном отношении к знаниям, его желания заниматься эстетическим самовоспитанием и художественным развитием.

В современных условиях избыточного влияния различных медиатекстов, средств массовой информации на мышление, сознание, мироощущение школьника нужна новая педагогическая модель воспитания и развития обучающихся всех возрастных групп. Содержание этой модели определяется понятием эстетической культуры как системы уровней эмоционально-интеллектуального развития школьника в области образного, ассоциативного, логического мышления, восприятия художественной и объективной реальности, умений интерпретировать перцептивные результаты, аргументированно оценивать различные виды информации, поступающие по медиаканалам, потребности в художественно-творческой деятельности на материале традиционных искусств и различных средств массовой информации.

Актуальность данного курса определяется необходимостью изучения обучающимися старших классов ключевых понятий медиаобразования (агентства, аудитория, категории, языки, технологии, репрезентации медиа) как эффективного средства для развития творческой, самостоятельно и критически мыслящей личности в условиях интенсивного увеличения информационного потока.

Предмет изучения курса - ключевые понятия медиаобразования

ЦЕЛИ ИЗУЧЕНИЯ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА "МЕДИЙНАЯ ГРАМОТНОСТЬ"

Цель курса - изучение ключевых понятий медиаобразования с точки зрения использования их старшеклассниками для последующего практического применения при повседневном взаимодействии с медиа.

Задачи курса:

- изучение основных понятий медиаобразования в результате проведения разного вида занятий на материалах прессы, кино, теле- и радиотекстов, рекламы, текстов сети Интернет;

-развитие творческих способностей, индивидуального, критического, аналитического мышления в результате проведения медиаобразовательного цикла занятий на материале готовых текстов медиа.

МЕСТО УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА "МЕДИЙНАЯ ГРАМОТНОСТЬ" В УЧЕБНОМ ПЛАНЕ

Место курса - 1 час в неделю в 10 классе. Всего - 34 часа.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПРЕДМЕТА "МЕДИЙНАЯ ГРАМОТНОСТЬ"

10 КЛАСС

1. Введение в мир медиа (9 часов)

Введение основных понятий сферы медиа, выявление уровня обученности школьников. Работа с главным понятием сферы медиа - медиатекстом. Изучение критериев оценивания медиатекстов, норм создания и декодировки, апробация полученных навыков на практике. Роль автора и рецензента.

2. Основы медиаобразования (5 часов)

Изучение основ медиаобразования с позиции ученика и учителя. Роль медиа в современном мире. Основные медиакomпетенции, которыми должны обладать современные люди. Существующие теории развития медиаобразования.

3. Создание новостей (6 часов)

Вопрос личной ответственности за достоверность новостных сообщений в СМИ. Отличие новостей от фейковых информационных вбросов. Методики оценивания достоверности источников, стратегия поведения. Способы анализа доступных ресурсов. Методы деконструкции сообщений.

4. Новые медиа 21 века (5 часов)

Понятие визуального имиджа в медиапродукте: лонгрид, публикация, сториз. Новые технологии, диктующие законы развития жанра. Новые жанры. Жанровое своеобразие создаваемых продуктов. Практическое освоение жанровой специфики материала.

5. Электронные ресурсы и их возможности (4 часа)

Выявление возможностей и рисков при работе в Интернете. Информационная грамотность и навыки пользования электронными ресурсами. Возможности и риски работы онлайн.

6. Копирайтинг (5 часов)

Реклама как форма копирайтинга. Виды рекламы в Сети. Реклама и политическая сцена. Копирайт и рерайт. Сходство и отличие. Принципы вписывания "ключей в текст". Основные черты продающего текста.

ПЛАНИРУЕМЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

ЛИЧНОСТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- передавать свои впечатления от воспринятого вербального и/или невербального текста;
- эстетическое самовоспитание и художественное развитие личности.

МЕТАПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- продуктивно читать текст, устанавливая ассоциативные и семантические связи между перцептивными единицами;
- аргументированно оценивать получаемую информацию, проявляя самостоятельность суждений.

ПРЕДМЕТНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

- использовать ключевые понятия медиаобразования в повседневном взаимодействии с медиа;
- использовать средства массовой коммуникации для самореализации, передачи своего понимания окружающей действительности, искусства, своего отношения к миру;
- аргументированно оценивать различные виды информации, поступающие по медиаканалам.

**ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
10 КЛАСС**

№ п/п	Наименование разделов и тем программы	Количество часов			Электронные (цифровые) образовательные ресурсы
		Всего	Контрольные работы	Практические работы	
1	Введение в мир медиа	9	0	5	
2	Основы медиаобразования	5	0	2	
3	Создание новостей	6	0	2	
4	Новые медиа 21 века	5	0	2	
5	Электронные ресурсы и их возможности	4	0	2	
6	Копирайтинг	5	0	2	
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ ПО ПРОГРАММЕ		34	0	15	

ПОУРОЧНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ
10 КЛАСС

№ п/п	Тема урока	Количество часов			Дата изучения	Электронные цифровые образовательные ресурсы
		Всего	Контрольные работы	Практические работы		
1	Что такое медиаграмотность?	1	0	0	04.09	
2	Медиатекст. Его особенности	1	0	0	11.09	
3	Критерии оценивания медиатекстов.	1	0	0	18.09	
4	Анализ готовых медиатекстов. Тексты печатных СМИ	1	0	1	26.09	
5	Анализ готовых медиатекстов. Тексты радиопередач	1	0	1	03.10	
6	Анализ готовых медиатекстов. Тексты телерепортажей и/или телепередач	1	0	1	10.10	
7	Анализ готовых медиатекстов. Тексты сети Интернет	1	0	1	17.10	
8	Роль автора и рецензента.	1	0	1	24.10	
9	Контрольная работа. Рецензирование текстов различных медиа.	1	1	0	06.11	
10	Основы медиаобразования. Роль медиа в современном мире.	1	0	0	13.11	
11	Основные медиакомпетенции,	1	0	0	20.11	

	которыми должны обладать современные люди					
12	Основные медиакомпетенции. Практикум 1.	1	0	1	27.11	
13	Основные медиакомпетенции. Практикум 2	1	0	1	04.12	
14	Существующие теории развития медиаобразования	1	0	0	11.12	
15	Личная ответственность за достоверность новостных сообщений в СМИ.	1	0	0	18.12	
16	Новости и фейки	1	0	0	25.12	
17	Отличие новостей от фейковых информационных вбросов. Практикум	1	0	1	15.01	
18	Методики оценивания достоверности источников, стратегия поведения	1	0	0	22.01	
19	Способы анализа доступных ресурсов. Методы деконструкции сообщений	1	0	0	29.01	
20	Анализ доступных ресурсов. Деконструкция сообщений	1	0	1	05.02	
21	Визуальный имидж. Лонгрид, публикация, сториз.	1	0	0	12.02	
22	Лонгрид, публикация, сториз. Практикум	1	0	1	19.02	
23	Новые технологии и жанры.	1	0	0	26.02	

24	Жанровое своеобразие создаваемых продуктов	1	0	0	05.03	
25	Анализ текстов разных жанров	1	0	1	12.03	
26	Возможности и риски при работе в сети Интернет	1	0	0	19.03	
27	Информационная грамотность	1	0	0	02.04	
28	Возможности и риски пользования электронными ресурсами. Практикум	1	0	1	09.04	
29	Возможности и риски работы онлайн. Практикум	1	0	1	16.04	
30	Реклама как форма копирайтинга. Виды рекламы в Сети.	1	0	0	23.04	
31	Анализ текстов рекламы	1	0	1	30.04	
32	Реклама и политическая сцена.	1	0	0	07.05	
33	Копирайт и рерайт. Сходство и отличие.	1	0	1	14.05	
34	Принципы вписывания "ключей в текст" Основные черты продающего текста.	1	0	0	21.05	
ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ ПО ПРОГРАММЕ		34	1	15		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ УЧЕНИКА

Словарь терминов и понятий цифровой дидактики/авт-сост: Н.В.Ломовцева, К.М.Заречнова, О.В.Ушакова, С.Ю.Ярина. Екатеринбург: РГППУ: Ажур; 2021
URL: http://old-firo.ranepa.ru/files/docs/EP/slovar_cifrovoj_didaktiki.pdf

МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ УЧИТЕЛЯ

Медийно-информационная грамотность. Гудилина С.Г. Москва: МПГУ; 2023

ЦИФРОВЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ РЕСУРСЫ И РЕСУРСЫ СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Доктрина информационной безопасности РФ от 5 декабря 2016 № 646.
[URL:http://rg.ru/2016/12/06/doktrina-infobasnost-site-dok.html](http://rg.ru/2016/12/06/doktrina-infobasnost-site-dok.html)

Медийно-информационная грамотность Гудилина С.И. МПГУ – Москва; 2023
Медийно-информационная грамотность Гудилина С.И. МПГУ – Москва; 2023