

УТВЕРЖДЕНО
Министерством образования
Республики Беларусь
7 августа 2018 года

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЮ ИНФОРМАЦИОННОГО ЧАСА В УЧРЕЖДЕНИЯХ ОБРАЗОВАНИЯ

Информационный час – форма организации воспитательного процесса, направленная на формирование политической и информационной культуры учащейся молодежи, уважения к культурному и научному наследию, историческим достижениям Республики Беларусь, создание условий для участия подрастающего поколения в обсуждении экономических, социальных, политических и духовных проблем общества.

Цель информационного часа – помочь молодежи ориентироваться в потоке происходящих в мире и стране событий, выработать активную гражданскую позицию, осознанно участвовать в общественной жизни страны.

Основными принципами проведения информационного часа являются: актуальность, интерактивность, подача материала в современной, интересной для молодежи форме.

Информационные часы проводятся еженедельно и должны быть прописаны в режиме работы учреждения образования, утвержденном руководителем учреждения образования. Информационные часы могут проводиться до начала учебных занятий и после их завершения. При составлении расписания необходимо учитывать мнения и пожелания учащейся молодежи, особенности образовательного процесса учреждения образования.

Информационный час может стоять в расписании в любой день недели. Временной промежуток информационного часа – от 20 до 45 минут.

Организация информационного часа в учреждениях образования требует тщательной работы, как на этапе подготовки, так и на этапе проведения.

Этапы подготовки информационного часа

1. Определение темы информационного часа. Информационные часы проводятся по тематике, утвержденной заместителем руководителя учреждения образования по воспитательной работе, в соответствии с основными направлениями идеологической и воспитательной работы, определенными программно-планирующей документацией воспитания, инструктивно-методическими письмами Министерства образования Республики Беларусь и другими документами.

Планирование тематики информационных часов рекомендуется осуществлять заранее, с учетом актуальных событий в стране, в мире, интересов учащейся молодежи. При необходимости тематический план проведения

информационного часа корректируется в зависимости от значимости тех или иных проблем, вопросов, мероприятий, акций.

2. Определение цели и формата. Необходимо максимально конкретно сформулировать цель: какую информацию необходимо донести до молодежи? От ответа будет зависеть формат мероприятия: концепция, время проведения и длительность, роли в команде, оформление зала, звуковое сопровождение.

3. Планирование и проектирование мероприятия. При планировании осуществляется подбор форм (рубрик) проведения мероприятия, его содержание. Сначала готовится список главных задач, которые максимально детализируются в виде конкретных шагов.

4. Распределение зон ответственности. Определение ответственных и исполнителей для каждой рубрики, с учетом умений, способностей и интересов учащихся. Очень важно распределить задачи и ответственность между членами команды не только на этапе подготовки, но и во время проведения мероприятия. Целесообразно обеспечить всю команду планом с распределением обязанностей.

При подготовке информационного часа рекомендуется вовлечение информационных секторов органов самоуправления учреждения образования, а также привлечение максимального числа учащейся молодежи к различным формам активности при подготовке мероприятия.

5. Информационное наполнение рубрик должно быть направлено на всестороннее раскрытие выбранной темы. Разработка вопросов, конкретизирующих тему, подбор актуальных материалов по теме, информационное и методическое обеспечение.

6. Разработка сценария, подготовка оформления, раздаточных материалов.

7. Выбор ведущих (модераторов), способных заинтересовать сверстников, сфокусировать их внимание на определенной проблеме.

8. Репетиция, корректировка сценария, генеральная репетиция.

9. Разработка материалов для обратной связи. Обратная связь может быть в форме распечатанных оценочных листов, заполняемых в конце события, или в форме онлайн-опроса, отзывов посредством социальных сетей, видео-отзывов в конце мероприятия. Вопросы могут оценивать разные аспекты: форму проведения мероприятия, содержание, выступающих и работу организаторов.

10. Проведение мероприятия.

11. Анализ и рефлексия. Проведение анализа о ходе и результатах мероприятия поможет избежать ошибок в будущем и улучшить качество проведения последующих информационных часов.

В качестве примера проведения информационного часа можно использовать следующую **структуру:**

1. Краткий обзор новостей.
2. Введение в тему, статистические данные по проблеме.
3. Демонстрация снятого и смонтированного учащимися клипа по теме (может включать опрос учащихся, интервью и другие материалы).
4. Выступления 3-4 человек по нескольким вопросам в рамках определенной темы.

5. Форум – обсуждение результатов опроса, проведенного по теме и др.
6. Рефлексия – обратная связь в форме распечатанных оценочных листов в конце события или онлайн-форумы по возвращении домой.

Примерные формы проведения информационного часа

Ток-шоу «100 ВОПРОСОВ К ВЗРОСЛОМУ: СОБЫТИЯ, ФАКТЫ, КОММЕНТАРИИ» – мероприятие для учащейся молодежи в формате ток-шоу, в котором гостю (обязательно интересной и значимой персоне) задают вопросы участники мероприятия. Обязательные атрибуты: мультимедийное оснащение, «счетчик вопросов», видеоролик (презентация) о приглашенной персоне «Знакомьтесь – ...», выбор лучшего вопроса.

«Информ-дайджест» – краткий обзор новостей.

«Пресс-конференция» – форма информационного часа с элементами ролевой игры. Участники пресс-конференции – «журналисты» и «фотокорреспонденты» – интервьюируют докладчика, выступающего в роли политика, ученого, деятеля искусства и т. д.

«Открытый микрофон» – своеобразная площадка, где молодежь имеет возможность выступить перед широкой аудиторией. Выступления участников должны быть краткими и не превышать 5-7 мин. Количество сообщений – не более пяти.

«Тематический блиц-опрос» – представляет собой собственные видеосюжеты обучающихся и студентов по определенной тематике для последующего обсуждения: «корреспондент» в присутствии «оператора» с видеокамерой проводит в многолюдном месте своего учреждения образования (в холле, столовой и т.п.). Вопросы готовятся заранее, а респондентами могут являться как молодые люди, так и сотрудники учреждения образования. Результат состоит в том, что приходится невольно вникнуть в проблему, согласиться или поспорить с высказанным мнением. Подобное начало информационного часа, привлекая внимание молодежи к обсуждаемой теме, является благодатной почвой для последующего всестороннего исследования поставленной проблемы, побуждает к поиску и аргументированию собственного мнения.

«Пресс-турнир» – форма информационного часа, позволяющая активизировать интерес к периодическим изданиям, расширять кругозор по различным проблемам общества, выделять главное из различного рода информации. Для проведения пресс-турнира участники мероприятия делятся на группы, представляющие различные пресс-центры. Они могут быть посвящены определенным темам (рубрикам), а могут представлять конкретные издания. Во время подготовки каждая команда изучает свои издания, обдумывает вопросы для других команд (можно выпускать бюллетени по своей тематике – подборку наиболее интересных материалов, чтобы представители других команд имели возможность ответить на их вопросы), а также готовится к выступлению.

«Информационный журнал» – форма устного журнала, цель которого состоит в обобщении информации за определенный период времени о важнейших событиях политической, социально-экономической и другой жизни нашей страны

и за ее пределами. В информационном журнале могут быть следующие странички: «Политическая», «Экономическая», «Новости искусства», «Спортивная» и др.

Встреча с известным человеком в форме беседы за круглым столом – форма изучения актуальной социальной проблемы с присутствием компетентного лица по данной проблеме и активным вовлечением молодежи в дискуссию. Проблема для освещения на тематическом информационном часе может быть продиктована последними событиями в мире или предложена самими обучающимися или студентами.

Информация по теме может быть изложена либо самим гостем (историком, юристом, экологом, депутатом либо иным известным и компетентным человеком), либо лидером учебного коллектива, способным с легкостью пробудить интерес к событию и создать обстановку конструктивного обмена мнениями. В процессе беседы также возможен просмотр видеофрагмента по проблеме. После этого участники мероприятия дополняют сообщение с мест, задают вопросы, организуется коллективный анализ проблемы и активный обмен мнениями. В заключение формулируются выводы по теме.

Мастер-класс – эффективная форма передачи знаний и умений, обмена опытом, обучения и воспитания. Во время мастер-класса специалист рассказывает и показывает, как применять на практике новую технологию или метод.

Защита проекта – представление, в ходе которого участники или группы демонстрируют предварительно выполненные проекты (метод, позволяющий спланировать исследование, конструкторскую разработку, управление и т. д. с тем, чтобы достичь результата оптимальным способом).

Клип по теме, снятый на смартфон и смонтированный заранее.

Презентация правил поведения, общения в Сети, традиций и культуры интернет-сообщества, которых придерживается большинство.

Форум – опрос, проведенный по определенной тематике заранее, результаты которого представляются во время проведения мероприятия, позволяя визуализировать отношение учащейся молодежи по тому или иному вопросу.

Использование современных, креативных, интерактивных форм мероприятия привлекает внимание к обсуждаемой теме. Использование исследовательских материалов, тематических фотоколлажей, видеосюжетов, листовок, разработанных самими молодыми людьми, значительно повышает интерес к освещаемой проблеме, способствует всестороннему исследованию поставленной проблемы в дальнейшем, побуждает к ее обдумыванию, аргументированию собственного мнения.

Накануне проведения мероприятия рекомендуется организовать проведение *PR – кампании*.

Приведем примеры нескольких эффективных способов привлечения аудитории:

- разослать пресс-релизы в местные СМИ и дать им возможность взять интервью у организаторов;
- развесить плакаты и раздать флаеры перед мероприятием;
- разместить информацию на интернет-сайте учреждения образования и разослать информацию по всем возможным контактам;

- повесить информацию о мероприятии в будущем месте проведения.

Качество проведения информационного часа рекомендуется оценивать по *различным критериям*. Оценить его помогут *анкеты, отзывы* обучающихся и студентов, которые они могут оставить в социальных сетях, комментариях на сайте. Оцениваются полнота и объективность информации, уровень удовлетворенности учащейся молодежи ее качеством и содержанием.

Молодежная среда в современном обществе достаточно динамична, она постоянно находится под воздействием многочисленных каналов средств массовой коммуникации, влияющих на формирование ценностных установок и образов поведения молодежи. Молодежь быстрее адаптируется к новым условиям жизни, легче включается в информационные сети, овладевает их технологиями.

Подготовка информационного часа с широким привлечением самих обучающихся и студентов, проведение информационной работы в интересных для них формах позволяет значительно повысить эффективность проводимых мероприятий.