

## **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 свежих 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 свежих 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.