

Информация об инновационном продукте

Наименование инновационного продукта	Модель медиаобразования «МИГ - медийно-информационная грамотность»		
Автор/авторский коллектив	<i>Козырев Ю.В.</i> , директор школы, кандидат педагогических наук, Почетный работник общего образования РФ. <i>Окова Л.Р.</i> , заместитель директора по НМР, учитель информатики, Заслуженный учитель РФ <i>Аксютин П.А.</i> , заместитель директора по информатизации, учитель информатики		
Форма инновационного продукта	<table border="1"><tr><td>Модель</td><td>+</td></tr></table>	Модель	+
Модель	+		
Тематика инновационного продукта	<table border="1"><tr><td>Развитие общего образования</td><td>+</td></tr></table>	Развитие общего образования	+
Развитие общего образования	+		
Номинация	<table border="1"><tr><td>Образовательная деятельность</td><td>+</td></tr></table>	Образовательная деятельность	+
Образовательная деятельность	+		

ОПИСАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА (ключевые положения, глоссарий)

Модель медиаобразования «МИГ - медийно-информационная грамотность»

Медиаобразование является частью основных прав каждого гражданина любой страны на свободу самовыражения и права на информацию, и является инструментом поддержки демократии. В связи с чем медиаобразование рекомендуется к внедрению в национальные учебные планы всех государств, в систему дополнительного, неформального образования и обучения в течение всей жизни человека.

В предлагаемой нашей школой модели «МИГ» - медийно-информационная грамотность - это совокупность знаний, установок, умений и навыков, которые позволяют получать доступ к информации и знаниям, анализировать, оценивать, использовать, создавать и распространять их с максимальной продуктивностью в соответствии с законодательными и этическими нормами и с соблюдением прав человека (Определение из Московской декларации о медиа- и информационной грамотности Москва, 28 июня 2012 года). В нашем понимании медийно-информационная грамотность включает: Интернет-грамотность, информационную грамотность, медиа- и гражданскую грамотность.

Благодаря широкому распространению средств массовой информации (газеты, журналы, книги, телепередачи, видео- и звукозаписи и др.), ребенок оказывается под «ударом» множества информационных потоков. Воздействие этих потоков на «ум и сердце» молодого человека ни родителями, ни учителями, как правило, не контролируется. В результате чего формируется так называемая **«Параллельная школа» (просвещение через СМИ), которая** формирует ненаучное мышление, воспитывает «человека массы», не всегда психически устойчивого, некритично мыслящего, с клиповым сознанием, легковверного и внушаемого. Таким образом, **актуальность** модели медиаобразования «МИГ» объясняется растущей медиатизацией общества и культуры с одной стороны и низким уровнем медиаграмотности с другой. Безусловно, роль СМИ в жизни человека возрастает, а инструмент грамотного «потребления» информации отсутствует. В медиаобразовании одна из основных составляющих – деятельность, включающая субъектное взаимодействие в процессе обучения; деятельность учащихся по созданию, преобразованию, накоплению, передаче и использованию информации. Деятельностная составляющая – основа новых Федеральных государственных стандартов, что подчеркивает актуальность разработанной нами модели «МИГ».

Реализация модели медиаобразования «МИГ» направлена на **обеспечение баланса задач** по **«максимизации возможностей» личности:**

- образовательных,
 - медиа-информационных:
 - умение вычлывать смыслы из медиатекстов и создавать собственные смыслы новых медиатекстов на основе полученных знаний;
 - умение обеспечить индивидуальную информационную защиту и правильно организовать информационно-коммуникативный процесс
 - творческого самовыражения,
 - социализации
- и **«минимизации рисков»** медиаманипулирования.

Реализация модели «МИГ» позволяет решить следующие задачи:

- *Обучающая* – усвоение знаний о теории и законах, приемах восприятия и анализа медиатекста, способность применять эти знания, рассуждать логически;
- *Адаптационная* – понятийный этап общения с медиатекстами;
- *Развивающая* – развитие мотивационных, волевых и других свойств и качеств личности, опыта творческого контакта с медиатекстами;
- *Управляющая* – формирование комплексного подхода к проблемам поиска и использования информации, условий анализа медиатекста;
- *Практикоориентированная* – умение передавать свои впечатления в словесной или невербальной форме (текст, презентация, фотография, видеосюжет и т.д.).

Концептуальная основа модели — интегрированное медиаобразование (Л.С. Зазнобина); развитие критического мышления (А.В. Федоров); «защитной теории» (воспитание на образцах «высокого» искусства; автор - Р.Г. Рабинович); культурологической, воспитательно-этической (Ю.Н. Усов, М.М. Бахтин, В.С. Библер); семиотической (Ю.М. Лотман); практической (А.В. Федоров, Л.С. Зазнобина, Н.П. Петрова).

Предлагаемая модель «МИГ» представлена двумя модулями: **учебной и внеурочной деятельности.**

Модуль учебной деятельности включает в себя три интегрированные программы:

- «Программа, интегрированного в «Окружающий мир» компонента, «Мультгерои в экологическом календаре» (1-4 класс).
- Программа метапредметного компонента «Использование медиа при организации исследований в содержании предметов точного и естественнонаучного цикла» (5-9 класс);
- Программа метапредметного ком-



понента «Методы и формы медиа-образования в содержании предметов филологического цикла» (5-11 класс).

Внеурочный модуль содержит:

- Программу дополнительного образования «Развитие личности младшего школьника на материале аудио-визуальных художественных медиатекстов «Сказки о добром»;
- Центр «АРХИ-важно»;
- Центр практики «Secondment»

Уровень образования, направление деятельности	Концептуальная основа	Модуль учебной деятельности	Модуль внеурочной деятельности
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Начальная школа</i> Формирование экологической культуры младших школьников средствами медиа. 	<p>Синтез культурологической, воспитательно-этической составляющей модели медиаобразования</p>	<p>Программа, интегрированного окружающий мир компонента, «Мультгерои в экологическом календаре» (1-4 класс) (экология природы)</p>	<p>Программа дополнительного образования «Развитие личности младшего школьника на материале аудио-визуальных художественных медиатекстов «Сказки о добром» (экология общества)</p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Основная школа</i> Использование медиа при организации исследований. 	<p>Модель интегрированного медиаобразования</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Алгоритм, позволяющий на основе медиатекста сформулировать проблему и гипотезу исследования. • Рекомендуемый список тем для проведения исследований на разных этапах урока точного и естественнонаучного цикла (5-9 класс) 	<p>Долгосрочная исследовательская работа</p>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Основная и средняя школа</i> Методы и формы медиаобразования в образовательном процессе 	<p>Синтез различных образовательных составляющих модели:</p> <ul style="list-style-type: none"> • интегрированного медиаобразования; • развития критического мышления; • «защитной теории» (воспитание на образцах «высокого» искусства); • культурологической, воспитательно-этической модели; • практикоориентированность медиаобразования. 	<p>Программа интегрированного в филологические дисциплины компонента «Методы и формы медиаобразования» (5-11 класс)</p>	<p>Деятельность центра «АРХИ-важно»:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Медиапроект «Лицейскому братству не будет конца»; • Издательское дело; • Блог.

<p>• Центр практики «Secondment»</p>	<p>Модель практикоориентированного медиаобразования</p>	<p><i>Secondment</i> состоит из 8 структур: Центр коммуникаций; PR-центр; Театр на английском языке; Радио-центр; Видео-центр; TV на английском языке; Газета «Винегрет»; Музей</p>
--------------------------------------	---	---



Содержательно «МИГ» состоит из трех блоков:

- *медийная культура* — знание и понимание социокультурных смыслов и подтекстов медиатекстов, знание основных понятий медиа;
- *медийная критика* — развитие критического мышления и коммуникативных способностей личности на основе использования медиатекстов;
- *медийное творчество* — умение самостоятельно создавать медиаконтент и самовыражаться с помощью современных медиатехнологий.

Дидактическая основа модели. «МИГ» предполагает организацию учебной деятельности с медиатекстами. Медиатексты (печатные, аудио, видео, интернет) рассматриваются и как источник знаний, и как источник, организующий проявление чувств, впечатлений, наблюдений.

Методической основой модели служат *интерпретационная деятельность* с медиатекстами (анализ медиатекста) и *проектная деятельность по созданию собственного медиатекста*.

Разработка и использование *медиаобразования* осуществляется по следующим направлениям:

Направление	Методы, технологические приемы, технологии
<p>Направление 1. Медиаподготовка учащихся при интеграции в предмет медиатекстов, включая их анализ и критическую оценку</p> <p><i>Цель:</i> Формирование критического</p>	<p>• Методы медиаобразования</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>имитационные</i> - имитация определенного действия - <i>ситуативные</i> - решение проблемы - <i>двухаспектный анализ медиатекста</i> (выделение главной мысли, формулировка проблемы, гипотезы, синтез вывода) - <i>восстановление в памяти динамики пространственно-временных, аудиовизуальных образов</i> в процессе коллективного обсуждения - <i>визуализация:</i> системное графическое представление информации, способствующее "рождению" идей, помогающее разобраться в сложных понятиях, нацеленное на обобщение, анализ теории и опыта - <i>метод «театрализации»</i>

<p>мышления и коммуникативных способностей личности на основе использования медиатекстов в преподавании общеобразовательных предметов</p>	<p>- <i>метод интеллект-карт</i></p> <p>• Технологические приемы</p> <p>- «<i>просеивание</i>» информации (аргументированное выделение истинного и ложного, очищение информации от «румян» и «ярлыков» путем сопоставления с истинными фактами);</p> <p>- снятие с информации ореола «типичности», «простонародности», «авторитетности»;</p> <p>- <i>критический анализ</i> целей, интересов, «агентства», т.е. источника информации и другие виды анализа медиатекстов.</p> <p>• Технологии</p> <p>- WebQuest-технология</p> <p>- Медиа-исследовательская технология</p>
<p>Направление 2. Самостоятельная практикоориентированная творческая деятельность, связанная с производством медиaproдукта</p> <p><i>Цель:</i> Формирование собственной позиции по отношению к медиаинформации через реализацию художественно-творческого потенциала личности</p>	<p>• Методы медиаобразования</p> <p>- Освещение мероприятий ОУ. Методика подготовки и проведения (радио-, видеостудия, газета);</p> <p>- метод «театрализации»,</p> <p>- методика создания видеoproекта</p> <p>• Технологические приемы</p> <p>- «<i>просеивание</i>» информации (аргументированное выделение истинного и ложного, очищение информации от «румян» и «ярлыков» путем сопоставления с истинными фактами);</p> <p>- снятие с информации ореола «типичности», «простонародности», «авторитетности»;</p> <p>- <i>критический анализ</i> целей, интересов, «агентства», т.е. источника информации.</p> <p>• Технологии</p> <p>- PR-технология;</p> <p>- технология имиджирования;</p> <p>- технология создания рекламы.</p>

Индикаторы медиа-информационной грамотности

Индикатор	Показатель	Метод оценки
<p>• Информационный критерий</p>	<p>Знание основных понятий медиа</p> <hr/> <p>Факторы восприятия, понимания, анализа, интерпретации медиатекстов/ информационных сообщений: <u>отбор и использование</u> того, что могут предложить медиа</p>	<p>Тестирование</p> <hr/> <p>Сравнение с эталоном в зависимости от выполняемого предметного задания</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Критерий обеспечения информационной безопасности личности 	<p>Понимание воздействия медиа на личность и общество: определение, в чьих интересах была опубликована информация, какие аспекты были гипертрофированы, а какие игнорировались и почему.</p>	<p>Сравнение с эталоном в зависимости от выполняемого предметного задания</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Критерий практического освоения личностью современного медиaproстранства 	<p>Разработка собственного медиапродукта</p>	<p>Общие критерии оценки медиапродукта</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Содержание.</i> Актуальность; новизна, оригинальность, уникальность транслируемой информации; четкая ориентация на целевую аудиторию, направленность на гуманитарные задачи и цели. • <i>Мультимедийный язык общения.</i> Наглядность и образность (совмещение вербального и визуального ряда); гибкость (возможность наглядно, доходчиво рассказать о любой проблеме, самой разнообразной целевой аудитории); уровень критического, аналитического восприятия информации, воздействие на прямую и подсознание пользователя, зрителя. • <i>Визуализация.</i> Единство визуального образа и содержания; гармония художественных приемов (цветового, шрифтового, пластического, динамического решения); правильное комбинирование различных блоков информации (текста, графических изображений, видео, анимационных роликов и т.д.). • <i>Звуковое сопровождение.</i> Создание эмоционального подтекста и смысловой насыщенности медиапродукта; распределение акцентов, подчеркивание главного, нивелирование второстепенного.

ГЛОССАРИЙ

«Информация» (от латинского «informare») - «придавать форму». С этимологической точки зрения, информация – это акт придания структуры некоторой неопределенной массе».

Медиа – каналы доставки контента: печать, фотография, радио, кинематограф, телевидение, реклама, видео, живопись, музыка, самопрезентация, SMS-сообщение, открытка, публичное выступление, официальный документ, зашифрованное послание, мультимедийные компьютерные системы, Интернет.

Медиа́текст (от англ. – media text) - медиа продукт или продукт коммуникации, который может быть включен в разные медийные структуры (вербального, визуального, аудитивного или мультимедийного планов) и в разные медийные обстоятельства (периодическая печать, радио, телевидение, Интернет, мобильная и спутниковая связь и др.)

Медиаобразование направлено на развитие способностей человека воспринимать, обсуждать, анализировать, и создавать медийную информацию, развитие критического независимого мышления, понимания процесса массовой коммуникации, медийных влияний на аудиторию.

Медиа-информационная грамотность – совокупность знаний, установок, умений и навыков, которые позволяют получать доступ к информации и знаниям, анализировать, оценивать, использовать,

создавать и распространять их с максимальной продуктивностью в соответствии с законодательными и этическими нормами и с соблюдением прав человека.

Критический анализ медиатекста — мыслительный процесс выявления свойств и характеристик медиапродукта в целом, его составных частей и элементов в контексте личной, социокультурной и авторской позиции, предполагающий полноценное восприятие медиатекста, умение группировать факты, свойства и явления, классифицировать их, раскрывать существенные стороны изучаемого медиапродукта, его внутреннюю структуру.

ОБОСНОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ХАРАКТЕРА ПРЕДЛАГАЕМОГО ПРОДУКТА

Проанализировав опыт петербургских школ, занимающихся вопросами медиаобразования, необходимо отметить следующее:

- Модели медиаобразования, реализуемые на базе ГБОУ СОШ №13 и ГБОУ СОШ №17, рассматривают лишь один аспект медиаобразовательной деятельности: практикоориентированное медиаобразование; реализуются во внеурочное время; не имеют интегрированных в учебную деятельность образовательных программ, рассматривающих медиаобразование с позиции других концепций.

- **Инновационность** модели, построенной в ГБОУ СОШ №80 заключается:

- в объединении преимуществ формирования медиа-информационной культуры во всей полноте спектра деятельности учащихся: урочной, внеурочной, внеучебной;

- во введении медиаконцентра в состав уже существующих рабочих программ учебных предметов, не нарушая их целостности. Интегрированные в ОП программы не имеют аналогов;

- в наличии программ дополнительного образования при организации внеурочной деятельности;

- в применении всех существующих медиаобразовательных теорий при организации образовательного процесса;

- в наличии *дистанционного организационно-методического ресурса* на основе разработанной модели «МИГ»;

- в *технологичности*. Представленные материалы могут быть использованы для разработки новых медиаобразовательных программ и для адаптации предложенных технологий и методик, направленных на формирование медиа-информационной грамотности школьников.

Анализ образовательных программ и программ развития образовательных учреждений Санкт-Петербурга позволил сделать вывод о том, что система медиаобразования еще не получила широкого распространения в школах нашего города. Создание модели медиаобразования на базе нашей школы позволило выстроить систему защиты учащихся от манипулятивного воздействия медиа, обучения умению ориентироваться в информационном потоке, что так необходимо подросткам на современном уровне развития информационного общества. Все это позволяет представить нашу модель медиаобразования «МИГ» — как **принципиально новый продукт**.

ОБОСНОВАНИЕ АКТУАЛЬНОСТИ РЕЗУЛЬТАТОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

В процессе использования данного инновационного продукта могут быть получены следующие результаты:

Аналоговый анализ		
	Концептуальная основа (медиаобразовательная теория)	Область реализации
 ГБОУ СОШ №13 с углубленным изучением английского языка Невского района СПб	Практикоориентированная модель медиаобразования	Внеурочная деятельность на базе образовательного медиахолдинга
ГБОУ СОШ №17 Василеостровского района СПб	Практикоориентированная модель медиаобразования	Внеурочная деятельность на базе «Школьного Медиа-холдинга»
ГБОУ СОШ №80 с углубленным изучением английского языка Петроградского района СПб	Базируется на всех медиаобразовательных теориях: <ul style="list-style-type: none"> • интегрированного медиаобразования; • развития критического мышления; • «защитной теории»; • культурологической, воспитательно-этической теории • практикоориентированной теории 	Объединяет преимущества формирования МИ-культуры во всей полноте спектра деятельности учащихся: урочной, внеурочной, внеучебной
 Инновационность		

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ

- Повышение уровня медийно-информационной грамотности школьника (умения вычлывать смыслы из медиатекстов и создавать собственные смыслы новых медиатекстов на основе полученных знаний; обеспечить индивидуальную информационную защиту и правильно организовать информационно-коммуникативный процесс).
- Повышение мотивации к обучению; формирование УУД, и, как следствие, повышение качества образования.

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ

Для учителей ОО, внедряющих инновационный продукт:

- Интеграция технологий медиаобразования в образовательное пространство с осознанием педагогической целесообразности их использования.
- Получение профессионального опыта внедрения системно-деятельностного подхода в педагогическую практику как основной методологии ФГОС. Достигается за счет организации практико-ориентированной деятельности учащихся при работе с медиатекстами.
- Овладение профессиональным стандартом педагога, включающим умения учителя формировать универсальные учебные действия, навыки, связанные с информационно-коммуникационными и технологиями медиаобразования, мотивации к обучению.
- Повышение уровня медийно-информационной грамотности учителя.

Для учителей района и города

- Осмысление педагогического опыта, соотнесение его с собственными образовательными потребностями, рассмотрение возможности его переноса, внедрения и адаптации в собственную педагогическую практику с целью улучшения ее качества;
- Идентификация собственного профессионального опыта с имеющимися образцами, сопоставление опыта коллег с опытом собственной профессиональной деятельности;
- Ориентация в продуктивных тенденциях развития общества, социокультурных процессов образования, своей профессиональной деятельности.

СОЦИАЛЬНЫЕ

Для учащихся: • Информальное (инициативное, самостоятельное) поведение учащихся.
• Социальная активность школьника.

Для родителей: • Включенность в деятельность школы.
• Повышение удовлетворенности образовательным процессом.

Для школы: • Построение медиаобразовательного пространства, направленного на создание условий развития творческих и интеллектуальных способностей учащихся.
• Конвергенция школьных СМИ.
• Повышение имиджа ОУ.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ

- Минимальные материальные затраты.
- Экономия времени учителя и его трудозатрат, планомерность деятельности в подготовке к аттестации.

ОБОСНОВАНИЕ ЗНАЧИМОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА ДЛЯ РЕШЕНИЯ АКТУАЛЬНЫХ ЗАДАЧ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Предлагаемая модель соответствует целевому назначению раздела «Развитие общего образования»:

- создание в системе общего образования равных возможностей для современного качественного образования и позитивной социализации детей, в том числе переход к основным образовательным программам общего образования в соответствии с ФГОС;

▪ модернизация содержания образования и образовательной среды для обеспечения готовности выпускников общеобразовательных учреждений к дальнейшему обучению и деятельности в высокотехнологичной экономике.

Использование инновационного продукта позволяет **комплексно решать** задачи развития образования в соответствии с целями выбранного раздела:

- Модель медиаобразования «МИГ» полностью интегрирована в замысел, структуру, ключевые образовательные технологии ФГОС, что позволяет сделать ее *эффективным инструментом внедрения новых образовательных стандартов в начальной, основной и средней школе.*
- Использование в практике школ предлагаемого продукта будет способствовать
 - формированию медиа-информационной грамотности школьников (социальный аспект);
 - формированию УУД и как следствие — осознанию возможностей для расширения достигаемых образовательных результатов на этой основе (ФГОС);
 - повышению мотивации к обучению за счет включения в учебный процесс внеучебной информации и предоставления возможности использования на уроках современных гаджетов, что приводит к повышению качества образования (ФГОС);
 - позитивной социализации детей, поскольку в применяемых технологиях медиаобразования присутствует практика группового сотрудничества, дискуссии, сравнения результатов (социальный аспект, ФГОС);
 - реализации системно-деятельностного подхода к обучению (ФГОС), что достигается за счет организации практико-ориентированной деятельности учащихся при работе с медиатекстами;
 - формированию экологического сознания (природы и общества), навыков социальной рефлексии (социальный аспект);
 - решению профориентационных задач на уровне основной и средней школы (социальный аспект).

ОБОСНОВАНИЕ ГОТОВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА К ВНЕДРЕНИЮ В СИСТЕМУ ОБРАЗОВАНИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Разработанная модель обладает рядом характеристик, подтверждающих ее готовность к внедрению в масштабах региональной системы общего образования, а именно:

- ▶ Модель разработана, описана; ее структура представлена графически.
- ▶ Основные элементы модели обладают свойством технологичности.
- ▶ Реализация модели прошла *успешную апробацию* в рамках работы школы №80, опыт работы неоднократно был представлен педагогическому сообществу района и города (см. приложение).
- ▶ Модель тиражируется на оптических дисках и *дистанционном организационно-методическом ресурсе* <http://mig.school80.spb.ru>
- ▶ Модель *инструментальна*, так как можно использовать как всю модель целиком, так и отдельные ее модули. Выбор модулей зависит от уровня подготовки педагогического коллектива и технических возможностей ОО. Следовательно, использование «МИГ» не требует дополнительных материально-технических и финансовых ресурсов.
- ▶ Для **внедрения** модели либо отдельных ее модулей в систему работы школы необходимо предпринять следующие шаги:
 - проанализировать учебные программы и учебники для выявления наиболее значимых тем с использованием медиаобразовательной информации, либо использовать предложенную разработчиками тематику (при совпадении УМК);
 - четко обозначить цель использования медиатекстов;
 - продумать методическую систему использования медиатекстов (адаптировать приведенные технологии, методы и формы под текущий материал);

- создать авторский дидактический материал на основе образцов, описанных в программе (либо использовать предлагаемый разработчиками). При этом можно опираться как на печатную, так и на дистанционную версию организационно-методического ресурса;
- обеспечить систематичность в работе по технологиям медиаобразования.

Школа готова оказать методическую помощь и поддержку в организации методических семинаров, заседаний круглых столов, индивидуальных консультаций по вопросам реализации модели медиаобразования как в дистанционном, так и в очном режиме.

	Помощь разработчика	Содержание деятельности ОУ
1	Организация и подготовка установочных совещаний, семинаров, консультирование	Создание инициативной группы; формулировка целей и задач деятельности; проведение установочных совещаний, семинаров; постановка целей и задач; распределение полномочий
2	Консультации по презентации результатов деятельности	Практическая реализация программы или отдельных ее модулей; документирование и презентация результатов деятельности
3	Участие в процедурах распространения опыта в качестве экспертной организации	Анализ результатов реализации программы. Распространение опыта посредством проведения семинаров, участия в педагогических конференциях разного уровня, публикации научно-методических статей

ОБОСНОВАНИЕ РИСКОВ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА В СИСТЕМУ ОБРАЗОВАНИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Риски	Рекомендуемые способы решения
Проектные риски. Качество реализации модели определяется качеством медийно-информационной компетентности педагога.	Повышение квалификации по вопросам медиаобразования
Психологические риски связаны с отсутствием желания менять устоявшуюся систему проведения уроков и внеклассных мероприятий	Поэтапное внедрение модели медиаобразования с постепенным расширением аудитории. Обеспечение педагогического сопровождения педагогов и методической поддержки в виде рекомендаций, консультаций, семинаров.
Технические риски связаны с проблемами реализации технических решений по адаптации существующей МТБ и прикладных программ под задачи модели медиаобразования «МИГ».	Оптимальное использование кабинетов информатики; адаптация программного обеспечения; разработка мониторинга системы показателей, определяющих возникновение той или иной проблемы, и механизмов их отслеживания

Представляя заявку на конкурс, гарантируем, что авторы инновационного продукта:

- согласны с условиями участия в данном конкурсе;
- не претендуют на конфиденциальность представленных в заявке конкурсных материалов и допускают редакторскую правку перед публикацией материалов;
- принимают на себя обязательства, что представленная в заявке информация не нарушает прав интеллектуальной собственности третьих лиц.

подпись автора/ов инновационного продукта

расшифровка подписи

подпись руководителя образовательной организации

расшифровка подписи

М.П.

« _____ » _____ 2016 г.