



День

российской

печати

 гуманизм

 высокие нравственные идеалы



**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
к сценарию занятия «РАЗГОВОРЫ О ВАЖНОМ»
для обучающихся по программам
среднего профессионального образования
2024–2025 учебный год**

**Занятие 17
День российской печати**

Дата проведения: 13 января.

Цель занятия: развитие у обучающихся представлений об информационной культуре современного мира, о Дне российской печати как профессиональном празднике работников СМИ, об их самоотверженном труде, качественном и оперативном информировании общественности, верности профессии.

Формирующиеся ценности: высокие нравственные идеалы, гуманизм.

Продолжительность занятия: 30 минут.

Рекомендуемая форма занятия: дискуссия с использованием видео, цитат, презентации.

Комплект материалов:

- сценарий;
- методические рекомендации;
- презентация;
- видеоролики;
- дополнительные материалы.

Ценностно-смысловые установки занятия:

- Важная роль печати – формирование общественного мнения, содействие формированию социальных и нравственных идеалов человека, усвоению им норм общественного поведения.
- Печатное издание – надежный источник информации, один из основных способов ее распространения.
- Пресса – средство хранения и передачи от поколения к поколению памяти, достижений науки и культуры.

- Преимущество периодических печатных изданий перед интернет-контентом – качество информации и персональная ответственность за ее достоверность.

Планируемые результаты занятия¹:

- актуализация у обучающихся понимания своего единства с народом России, ответственность за его развитие в настоящем и будущем на основе исторического просвещения, сформированного российского национального исторического сознания;
- формирование у обучающихся опыта гражданской социально значимой деятельности;
- развитие у обучающихся уважения к труду, результатам труда, профессиональным достижениям своих земляков, их вкладу в развитие своего поселения, края, страны, трудовым достижениям российского народа.
- развитие представлений о значении и ценности выбранной профессии, уважительного отношения к своей профессии и своему профессиональному сообществу, готовности поддерживать позитивный образ и престиж своей профессии в обществе.

Мотивационно-целевой этап занятия

Основные смыслы: 13 января отмечается День российской печати. В этот день чествуют тех, кто участвует в создании печатных и электронных средств массовой информации, благодаря усилиям которых до читателей доходят последние новости и мнения экспертов.

Задачи:

- актуализировать у обучающихся знания о Дне российской печати (профессиональный праздник, историческая дата);
- содействовать проявлению у обучающихся познавательной активности, готовности к работе на занятии;

¹ В соответствии с рабочей программой воспитания для образовательных организаций, реализующих программы среднего профессионального образования.

- создать благоприятную психологическую атмосферу занятия.

Формы работы:

- просмотр видеоролика-анонса занятия;
- беседа.

Основной этап занятия

1. История печатных изданий

Основные смыслы: средства массовой информации, в том числе пресса, являются одним из древнейших способов передачи достоверной информации, способом сохранения исторической памяти, достижений науки и культуры.

Задачи:

- создать условия для осознания и осмысления обучающимися влияния средств массовой информации, в том числе прессы, на жизнь человека;
- развивать умение логически рассуждать, четко, кратко и исчерпывающе излагать свои мысли, делать выводы, обобщения.

Формы работы:

- просмотр и обсуждение видеоролика об истории развития прессы;
- беседа;
- работа с иллюстративным материалом (презентация к занятию).

2. Роль прессы в жизни человека и общества

Основные смыслы: задача (миссия) прессы – задавать нормы общественного поведения, формировать образ современного человека, общественное мнение, единый смысл понимания событий.

Задачи:

- способствовать развитию представлений о прессе как источнике качественного и оперативного информирования общественности;
- развивать способность ориентироваться в нормах общественного поведения, идеологических

позициях, принимать ответственность за свое мнение по отношению к определенному вопросу;

- содействовать нравственному воспитанию обучающихся, формированию системы ценностей гражданина, активной гражданской позиции.

Формы работы:

- беседа;
- работа с цитатой В.О. Ключевского.

3. Этические принципы и нормы журналистики. Образ современного журналиста

Основные смыслы: журналисты несут личную ответственность за качество и достоверность информации. В то же время личная ответственность читателя – выбор источников информации.

Задачи:

- актуализировать у обучающихся знания об информационной безопасности и информационной гигиене;
- содействовать развитию у обучающихся навыков критического мышления по отношению к потребляемой информации, умения формировать и формулировать собственную позицию по вопросам дискуссии;
- содействовать развитию у обучающихся представлений об экспертности, качествах и компетенциях лица, высказывающего экспертное мнение.

Формы работы:

- просмотр и обсуждение видеоролика – интервью с П.Н. Гусевым;
- беседа.

4. Роль прессы в трудные для страны и людей времена. Пресса в годы Великой Отечественной войны.

Основные смыслы: 2025 год – год празднования 80-летия Победы в Великой Отечественной войне. Пресса в военные годы – главный источник достоверной информации и мощное

мотивирующее орудие. Работа военных корреспондентов и всех, кто обеспечивал людей оперативной и правдивой информацией, – подвиг при выполнении профессионального и гражданского долга. 2025 год указом Президента объявлен Годом защитника Отечества.

Задачи:

- создать условия для актуализации и систематизации изученного межпредметного материала о Великой Отечественной войне;
- содействовать формированию ценностного отношения к исторической памяти российского народа;
- развивать представление и осознанность о специфике профессиональной деятельности военных корреспондентов, их самоотверженном труде, подвигах;
- развивать умение раскрывать причинно-следственные связи, способствовать развитию умения логически размышлять, видеть основной смысл произведений художественной литературы и высказываний, делать выводы.

Формы работы:

- работа с иллюстративным материалом (презентация к занятию);
- беседа;
- работа с высказываниями И. Эренбурга, Е. Поддубного;
- вариативно: просмотр видеоролика / чтение стихотворения К. Симонова «Песня военных корреспондентов».

5. Периодические издания в эпоху цифровизации

Основные смыслы: особенности существования газет и журналов в эпоху развития электронных периодических изданий; современные развлекательные, научные, научно-популярные, общественно-политические, литературно-художественные периодические издания для молодежи.

Обсуждение профильных журналов, посвященных вопросам той или иной профессиональной деятельности, как способ получения информации об инновациях в своей профессиональной сфере, повышения своего профессионального уровня и возможности быстрой ориентировки в потоке научных публикаций.

Задачи:

- актуализировать у обучающихся представления о современных печатных и электронных периодических изданиях;
- способствовать трудовому воспитанию обучающихся, формированию уверенности в правильности выбора профессии.

Формы работы:

- беседа.

Заключительный этап занятия

Основные смыслы этапа: периодические издания (журналы и газеты) служат источником знаний, помогают оценить те или иные явления, понять законы природы, нормы общественных отношений и поведения, сформировать образ современного человека.

Задачи:

- создать условия для осознания и осмысления обучающимися новой информации, полученной на занятии/создать условия для закрепления обучающимися изученного материала;
- содействовать развитию у обучающихся способности к рефлексии;
- содействовать формированию позитивной самооценки, потребности в творческом самовыражении.

Формы работы:

- беседа;
- творческая работа / мини-проект.

Приложение 1

Пресса военных лет

Накануне Великой Отечественной войны телевидение только выходило из стадии экспериментов, а радио лишь начинало становиться массовым. Главным окном в большой мир, главным источником ежедневных новостей для той эпохи были печатные СМИ, прежде всего газеты. К июню 1941 г. в СССР издавалось порядка 9000 газет и около 1800 журналов, каждый день для 195 млн граждан Советского Союза из типографий выходило более 38 млн экземпляров различных печатных изданий, от толстых литературных альманахов и центральных газет до районных и фабричных листков.

Все изменила начавшаяся война. Прежде всего она изменила отношение к газете – в ужасе и хаосе войны зачастую она становилась единственным источником не только информации, но и надежды. Что в те дни предельно емко сформулировал Илья Эренбург, не просто популярный литератор, но и военный корреспондент ведущих советских СМИ еще со времен сражений в Испании: «В мирное время газета – осведомитель. В дни войны газета – воздух. Люди раскрывают газету, прежде чем раскрыть письмо от близкого друга. Газета теперь письмо, адресованное лично тебе. От того, что стоит в газете, зависит твоя судьба...».

Мы знаем про мобилизацию и эвакуацию промышленности с началом войны. Но пресса СССР в том роковом июне 1941 г. тоже начала свою мобилизацию, свой переход на военные рельсы. Среди массы директив и стратегических решений, принятых в Кремле в первые дни боев, есть и малоизвестное даже историкам постановление Секретариата ЦК ВКП(б). Подписанный Сталиным документ назывался просто – «О красноармейских газетах». В реальности это было решение о мобилизации всех СМИ страны: за счет сокращения гражданских изданий планировалось массовое развертывание военной прессы. Отныне специалисты, оборудование и газетная бумага в первую очередь предназначались фронту.

Уже к осени 1941 г. число армейских газет выросло до 710. Своя газета полагалась каждому фронту, армии и корпусу, вплоть до дивизий и отдельных бригад. Всего же за время Великой Отечественной войны в частях армии и флота выходило 1357 газет. Зачастую они возникали и погибали вместе со своими частями. Если в 1942 г. общий тираж армейской прессы достигал 3 млн экземпляров, то к концу войны превысил 6,25 млн.

Недостающие кадры для новых фронтовых газет в первую очередь мобилизовали из сокращенных гражданских редакций. Например, Брянский фронт сформировали 14 августа 1941 г., и уже через четыре дня был издан первый номер его фронтовой газеты «На разгром врага». Показательно, что в целях дезинформации разведки противника этот первый выпуск газеты вышел под номером 191.

В первые месяцы войны из соображений секретности меняли не только номера, под которыми выходили многие военно-полевые газеты. Все они оснащались мелкой, но грозной надписью у логотипа – «После прочтения сжечь».

Командование опасалось, что анализ даже открытой газетной информации может дать некоторые сведения противнику. Поэтому множество корпусных и дивизионных газет первых месяцев войны не сохранились для потомков. Однако перестраховка с секретностью быстро вошла в противоречие с требованиями жизни – газеты для бойцов и командиров были главным и чаще всего единственным окном в мир, но в первые месяцы войны их катастрофически не хватало. И 24 января 1942 г. последовал приказ, кардинально сменивший жизнь газетных экземпляров, отныне вместо «После прочтения сжечь» военно-полевые газеты оснащались иным предписанием – «Прочти и передай товарищу».

К 1942 г. удалось преодолеть и возникший в начале войны кризис снабжения армейских частей газетами. Так, в ноябре 1941 г. для перевозки газет из Москвы к фронту было сформировано 8 специальных железнодорожных эшелонов. Позднее в доставке центральной прессы сражающимся частям активно использовалась авиация. Например, в ходе Курской

битвы, в разгар решающих боев, благодаря транспортным самолетам московские газеты попадали в окопы Центрального фронта на второй день после выхода из печати в столичных типографиях.

В 1944 г., во время стремительного наступления наших войск, в освобожденные районы только самолетами было переправлено более 8 млн экземпляров центральных газет и журналов. Вообще цифры транспортировки СМИ к фронту поражают – только в Москве через главный сортировочный пункт военно-полевой почты на фронт в 1941–1945 гг. было отправлено более 753 млн экземпляров периодических изданий и три миллиарда (миллиарда!) листовок.

В осажденный Ленинград самолеты через линию фронта возили не газеты, а матрицы – готовые формы, с которых можно было печатать газету в местных типографиях. Главная газета страны «Правда» в блокадном городе не вышла по графику только один раз, когда самолет с матрицами был сбит вражеской авиацией.

Газеты в годы войны шли и за линию фронта. Уже 30 июля 1941 г. появился приказ наркома обороны СССР о выпуске для временно оккупированных территорий союзных республик подпольных газет.

По мере развертывания партизанского движения число газет за линией фронта росло, к началу 1943 г. их издавалось около двух сотен. Центральный штаб партизанского движения переправил за линию фронта более сотни походных типографий. Всего же за три года оккупации на захваченных врагом землях Советского Союза издавалось 385 партизанских и подпольных газет.