



ПРЕЗЕНТАЦИЯ РАБОТЫ

**по теме: «Использование
информационно-коммуникационных
технологий на уроках
обществоведческого курса»**

Подготовила:

учитель истории и обществознания

ГБОУ ЛНР «РСШ №3»

ЩЕРБИНА Д. А.

ЦЕЛЬ: повышение положительной мотивации к предметам история и обществознание, право и экономика; рост качества знаний учащихся через использование ИКТ; способствовать личностной ориентации и успешной социализации учащихся.

Использование ИКТ на уроках способствует эффективному решению таких педагогических проблем, как:

- развитие коммуникационных компетенций у всех школьников;
- сближение обучения в школе с повседневной жизнью общества;
- обогащение формального учебного материала, к которому имеют доступ обучающиеся;
- включение в содержание образования освоение методов, специфичных для практической деятельности;
- широкое использование моделирования при изучении различных процессов и явлений и, в целом, овладение учащимися информационной компетентностью.

Уроки с использованием ИКТ можно разделить на несколько типов:

- уроки с использованием презентаций и видеопроекторов

на таких уроках учитель в программе Power Point создает презентацию своего урока. Презентация позволяет иллюстрировать рассказ, сделать урок более организованным, наглядным, интересным, мобильным.

Уроки, на которых учащиеся представляют свои проекты в форме презентаций (это могут быть уроки изучения нового материала, семинары, практикумы, обобщающие уроки)

- уроки с использованием Интернет-ресурсов

Интернет можно рассматривать как часть информационно - коммуникационной предметной среды, которая содержит богатейший информационный потенциал. Учитель может использовать образовательные ресурсы Интернета для поиска исторических источников, текстов монографий и курсов лекций, разнообразных методических материалов, газетных и журнальных статей, рефератов и др. На уроках можно организовать работу с источниками (например, с кодексами, постановлениями, текущими законами)

ВИДЕОПРОЕКТЫ, НАД КОТОРЫМИ РАБОТАЮТ УЧАЩИЕСЯ МОГУТ БЫТЬ:



ПО СОЦИАЛЬНЫМ ВОПРОСАМ



**ИСТОРИЧЕСКИЕ,
КРАЕВЕДЧЕСКИЕ**



ИГРОВЫЕ

Можно снимать интервью и ток-шоу, социальные рекламы, социальные опросы, учебные фильмы на базе проводимых практикумов, открытых мероприятий и уроков – поле деятельности очень широко. Видеопроекты позволяют вовлечь в процесс продуктивной деятельности большое количество детей, предоставив им возможность попробовать себя в разных ролях: журналиста, сценариста, актера, костюмера, режиссера, видео- и звукооператора, редактора, специалиста монтажа и др.

Демонстрация видео, относящегося к любым приведенным выше категориям, имеет огромное значение в процессе обучения. Во время просмотра видеоматериалов происходит слуховой и зрительный синтез, что способствует развитию навыков и умений выражения собственного мнения, поиска аргументов и доказательств.

Практика показывает, что ученик запоминает то, что он слышит и видит в пять раз лучше того, что он только слышит. Использование видеоматериалов на уроках повышает активность учащихся. В работе с видео учащиеся получают огромное количество разнообразной информации, которая очень помогает при последующей работе на после просмотревом этапе, следовательно, видео поддержка создает условия для самостоятельной работы обучаемых. Важно отметить, что использование видео является очень важным приемом повышения качества знаний обучаемых и стимулирует их применять свои знания на практике.

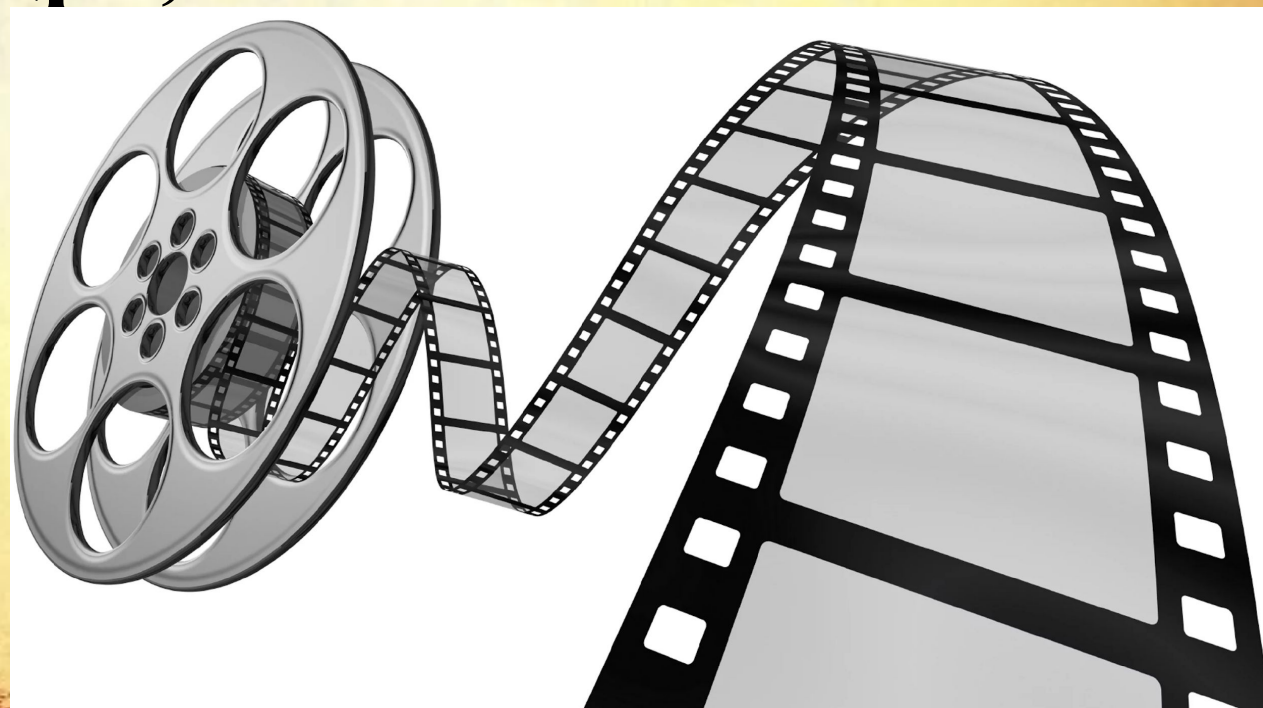


Использовать видеоматериалы можно в разные моменты урока:

- 1) В начале урока – для актуализации, мотивации, постановки проблемы или проблемной ситуации.**
- 2) В ходе изучения нового материала – поиск необходимой информации, решение проблемы.**
- 3) В конце занятия – для закрепления полученных знаний.**
- 4) На обобщающих занятиях.**

Достоинства использования видеоролика на уроках:

- оперативность и маневренность;
- возможность повторного применения;
- использование стоп-кадра;
- эффект присутствия.



Остановимся подробнее на создании видеопроекта

«Этапы создания видеопроекта»

Совокупность работ над видеопроектом включает в себя:

- выбор темы;**
- поиск информации;**
- написание сценария;**
- распределение обязанностей (ролей);**
- процесс съемки;**
- монтаж готового видеоролика.**



Компьютерные программы, необходимые для видеомонтажа:

- «ВидеоМОНТАЖ»;
- Pinnacle Studio;
- Movavi Video Editor;
- Adobe Premiere Pro;
- Edius Pro;
- Всё для Видеомонтажа
(группа ВКонтакте).



Подборка видеопроектов:

- «Моя будущая профессия»;
- «Легко ли быть молодым? Проблемы современной молодежи»;
- «Знаешь ли ты свой город?»;
- «Школьное самоуправление – путь к успешной социализации»;
- «История моего края, семьи».



ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Социальная реклама (видео)

Социальную рекламу можно определить, как вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям.

Задачи социальной рекламы формулируются следующим образом:

- формирование общественного мнения;
- привлечение внимания к актуальным проблемам общественной жизни;
- укрепление социально значимых институтов гражданского общества;
- формирование новых типов общественных отношений;
- изменение поведенческой модели общества.

ПРАКТИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Как же все-таки сделать ролик?

Технология сводится к нескольким шагам.

Шаг 1. Выберите тематику.

Шаг 2. Придумайте основную идею (с чем сравнить проблему?). Сосредоточьтесь на одной идее, не мешайте в один ролик несколько.

Шаг 3. Подумайте о слогане. Не забудьте, что он должен быть кратким, емким, запоминающимся и образным.

Шаг 4. Продумайте видеоряд по 3–4-м основным кадрам. Остальные будут промежуточными.

Шаг 5. Продумайте видеоэффекты, изобразительные средства, усиливающие восприятие идеи. Это могут быть: создание контраста (черное–белое), верх–низ, яркое–бледное, положительное–отрицательное; создание медленной трансформации; рисунок-перевертыш; неожиданное решение; штриховой код; рассыпанное изображение и др.

Шаг 6. Съёмочно-монтажный период. В съёмочном периоде может использоваться разное время суток. Главным моментом при съёмке основной части - это выбор освещения помещения, исходной точки съёмки и ракурса. Звуковой ряд обычно монтируется после компоновки видеоряда, который в свою очередь корректируется при необходимости согласования временных позиций аудио- и видео компонентов.

ТЕМЫ СОЦИАЛЬНЫХ РЕКЛАМ:

- 1 группа «О вреде социальных сетей»
- 2 группа «Быть здоровым – здорово!»
- 3 группа «Мы выбираем жизнь!»
- 4 группа «Дорогой добра»
- 5 группа «Имею право знать!»
- 6 группа «Все профессии важны, все профессии нужны!»