Статья на тему:

**«Способ повышения собственной педагогической компетенции – это собственные публикации в сети интернет»**

Подготовила: воспитатель Бандурко Е.В.

Цель:**показать взаимосвязь компетентности педагога и публикации статей в сети интернет**

**Задачи:** рассмотреть типы публикаций; виды статей, показать ошибки, которые допускают, при публикации статьи.

Актуальность данной темы определяется, прежде всего, высоким динамизмом развития современного общества, быстрой сменой отдельных технологий. Сегодня необходимо введение единой системы формирования на всех уровнях образования компетенций, которые будут востребованы через пять или десять лет, как раз опыт публикаций поможет педагогу сформировать педагогическую компетенцию.

Публикации – обязательный элемент портфолио современного педагога, необходимого для прохождения аттестации и подтверждения своей компентности. В статье мы разберемся, что такое публикация и как ее правильно оформлять. Начнем с определения, **публикация**– (от лат. publico - объявляю всенародно) предание гласности, раскрытие какой-либо информации. Этим же словом называют единую по форме и содержанию работу, преданную публикации (опубликованную)это методические материалы, подготовленные педагогом, в том числе конспекты уроков, статьи по обобщению педагогического опыта, методические рекомендации и дидактические материалы. Публикации демонстрируют опыт педагога, уровень компетенций педагога анализа опыта преподавания и его оформления. Публикации подтверждают методическую работу педагога, проверка которой и подразумевается в грядущей аттестации. Чем больше и чем лучше будут публикации, тем выше вероятность успешного прохождения аттестации.

**Типы публикаций:**

Существуют три основных типа публикаций:

**Краткое сообщение**

представляет собой новость или небольшую публикацию, состоящую из одной HTML-страницы текста с возможными иллюстрациями.

**Статья**

представляет собой среднюю по объему публикацию, обычно содержащую несколько иллюстраций. Статьи могут состоять как из одной, так и из нескольких HTML-страниц.

**Книга**

представляет собой большую публикацию, состоящую из многих HTML-страниц текста.

**Что такое статья? Виды статей.**

**Статья** — жанр журналистики, текст небольшого размера, в котором автор ставит перед собой задачу осветить какую – нибудь тему, выразить свою точку зрения, изложить информацию, написанный и оформленный по своим правилам.

Но какую статью можно считать хорошей и что она вообще из себя представляет? Какой она может быть? В чем особенности статей и их разнообразие? Когда они просто информируют читателя о чем-то, а когда продают товар или что-то рекомендуют? Как сделать так, чтобы статья стала отзывом или рецензией?

Чего не должно быть в статьях?

Статья актуальна и аргументирована, если в ней обобщены факты или проведен анализ важных явлений для конкретной группы людей. В статьях для сайтов и блогов владельцы ресурсов публикуют свои мысли, свое видение различных аспектов жизни и деятельности. Информация в такой статье должна быть свежей, новой, привлекающей внимание и дающей читателю максимум пользы. Итак, чего не должно быть в статье:

• Воды — слов, которые считаются лишними. Их просто определить. Прочитайте предложение без них, если смысл не потерялся, а стал более конкретным, смело их удаляйте.

• Штампов — выражений, которые всем уже порядком надоели и “намазолили” глаза. Сюда можно отнести устойчивые выражения: “коту под хвост”, “невероятно, но факт” и подобные им.

• Переспама — когда одно и то же слово часто повторяется.

• Ошибок — думаю, этот пункт не стоит объяснять, мы ведь педагоги!

• И, конечно, низкой уникальности (чужие статьи). Для рерайта она должна быть от 90%. Редко кто из заказчиков соглашается на статью ниже этого показателя. Всем хочется иметь на своем сайте авторские тексты, такие, каких еще нигде нет.

И так, статьи могут быть:

• информационными;

• публицистическими;

• аналитическими;

• мотивирующими.

**Информационные статьи**

Не трудно догадаться, что делают эти статьи и для чего они предназначены. Их задача — информировать читателя о чем-либо, что-то описать, познакомить с интересной информацией. К таким публикациям можно отнести:

• новости;

• интервью;

• описания;

• статьи-вопросы;

• отчеты;

• инструкции.

Пройдемся по каждому виду отдельно.

**Новость:** факты и только факты

Отличительная особенность новостной статьи – строгий стиль и отсутствие эмоций. В ней излагаются только реальные факты, а не отношение автора к тому, что произошло. Стиль – деловой. В этой статье вы можете почитать, как надо писать новости для сайтов. Или взгляните на мой рерайтинг новостей в портфолио.

Структура новости не похожа на структуру простого повествования:

1.Заголовок — предложение, вызывающее интерес и стимулирующее к прочтению.

2.Лид — первый абзац, в котором находится вся исчерпывающая информация, но в сжатом виде.

3.Содержание — несколько абзацев, полностью раскрывающих суть новости.

4.Бэкграунд — справка, дополнительная информация или предыстория.

Не все новички сразу смогут взяться за написание новостных статей. Деловой стиль повествования не прост. Но научиться этому можно.

**Интервью**

Оно менее официально, чем новость. Перед написанием интервью автору обязательно нужно познакомиться с будущим собеседником. Важно заранее продумать вопросы, их четкую формулировку и наметить желаемый результат беседы. Не помешает изучить место, в котором будет проводиться интервью, если это имеет отношение к будущей статье.

Этот вид контента также представлен в моем портфолио «Интервью с копирайтером Петром Пандой», которое я взял в свое время специально для того, чтобы пополнить свою копилку разнообразными текстами для заказчиков. И вам советую сделать так же. Думаю, пример интервью приводить не нужно. Многие не раз читали статьи, в которых журналист ведет беседу с какой-нибудь знаменитостью. Особенность интервью в его оформлении — это диалог или формат “вопрос-ответ”.

**Описание:** что, как и для чего

Как выяснить, что, из себя представляет новая модель купленного телефона или стиральной машины? В чем достоинства новой покупки? Ответить на эти вопросы сможет только статья-описание. В ней используются технические характеристики, полезные качества, свойства, указывается стоимость, условия приобретения. Нередко авторы включают в текст таблицы и списки для лучшего восприятия информации. Эмоциональное описание намного лучше, чем изложение сухих фактов.

**Статья-вопрос и ее особенность**

Статьи-вопросы пишутся в разговорном стиле. В них дается развернутое решение на актуальную проблему. Вопрос обычно становится заголовком. В такой статье важно:

• определить проблему;

• рассмотреть ее с разных сторон;

• отметить несколько путей решения.

Пример – моя статья «Солнечные батареи — альтернативный источник энергии или выброшенные деньги?» Посмотреть ее можно тоже в моем портфолио.

**Отчет — подведение итогов**

Отчетом может быть практика, описанная педагогом. В ней он излагает результаты своей работы, добавляя собственное отношение к данной трудовой деятельности. Отчитаться можно по какому-либо событию. Статья отличается достоверными фактами, статистическими данными и выводами. Еще отчетом может быть испытание новой модели бытовой техники.

В такой статье происходит проверка качеств изделия, которые раскрывают его положительные и отрицательные характеристики. Заказы подобно отчетам встречаются редко, но попробовать себя в роли автора такого вида контента не помешает как опытному, так и начинающему копирайтеру.

**Инструкция:** как этим пользоваться

Яркий пример инструкции – мастер-классы, в которых автором подробно описывается каждый шаг. Цена такой статьи может стать дороже, если написанная теория будет подкрепляться качественными фотографиями. Например, “Мастер-класс вязания детских пинеток на трех спицах” или “Как отремонтировать беспроводные наушники: 10 пошаговых фото”. Обычно введения и заключения в таких статьях нет. Важно дать информацию о том, как получить то-то и то-то.

**Аналитические статьи**

В них обязательно должно быть рассуждение, анализ и итог. Основное требование – объективность и нейтральное отношение автора к излагаемым фактам. К аналитическим статьям относятся:

• рецензии;

• отзывы;

• рекомендации;

• прогнозы.

**Рецензия**

Рецензия поможет узнать о новых фильмах, театральных постановках, интересных книгах, светских мероприятиях. Для нее характерна всесторонняя оценка произведения — его недостатков и достоинств. Эмоциональность здесь ни к чему. Автор может излагать собственную позицию, но объективно и беспристрастно. Она должна быть подтверждена фактами. Упор делается на важные детали, второстепенные указываются вскользь: Если читатель заинтересовался, а не запутался, тогда рецензия удалась.

**Отзыв**

Чем отзыв отличается от рецензии? Это суждение, анализ, оценка продукта, предмета или произведения. Без основных положений, показывающих авторское отношение, обойтись не получится. Чтобы написать правильный отзыв, необходимо определить цель, для которой он пишется, и стиль, близкий читателям. Отзыв можно написать не только о произведении, но и о явлении, событии, ситуации.

**Рекомендация**

В рекомендациях описываются достоинства предмета или явления, его возможности. Рекомендовать нужно так, чтобы читателю захотелось попробовать то, о чем вы пишите. Желательно не пользоваться шаблонными фразами, а приводить конкретные примеры. Слово “рекомендую” тоже уже никого не цепляет.

Если вы что-то хвалите, то должны объяснить, почему это делаете. Часто на биржах копирайтинга в положительных отзывах заказчики используют фразу “рекомендую данного автора к работе”, потому что рекомендации похожи на отзывы. Отличаются они лишь тем, что пишутся в положительном ключе, а отзыв может быть и отрицательным.

**Прогноз**

Конкретику и знание материала оставьте для прогноза. Никакой «воды»! Прогнозирование всегда опирается на аргументы, доказывающие авторскую правоту. Язык – не деловой, без шаблонных фраз, а разговорный и понятный читателю.

**Публицистические статьи:**

Они имеют художественную направленность, потому что содержат в себе выразительные средства языка и эмоционально воздействуют на читателя. Публицистика подразделяется на:

**Эссе**

Это эмоциональный отклик автора на какую – либо проблему. Яркая и чувственная окраска. Новый взгляд на привычный предмет. Главный признак — субъективная оценка. Здесь необходимо высказывать свою позицию по поднятому в повествовании вопросу.

**Очерк**

Похож на эссе, но отличается от него наличием достоверных факторов. Яркие художественные краски применяются здесь для описания реальной, но обычной жизненной ситуации.

**Зарисовка**

Повествование происходит о чем-то необычном, интересном и даже опасном. О том, что может тронуть чувства читателя. В этом помогают яркость языка и эмоциональность автора.

**Фельетон**

Сложная статья не только для новичка, но и для профессионального копирайтера. Это эмоциональное повествование, в котором автор выражает свое сатирическое отношение к какому-либо явлению. В таком виде хорошо удавалось писать Гоголю и Булгакову. Настоящие мастера черного юмора. Это жанр, который под силу не каждому автору.

**Мотивирующие статьи**

К ним относятся продающие тексты, востребованность которых сейчас просто «зашкаливает». Любая биржа копирайтинга имеет в себе десятки заказов на рекламирующие статьи. Новичку их не осилить, потому что они пишутся по определенным правилам. Здесь мало просто порекомендовать или посоветовать. Нужно “продать” то, о чем пишешь. Человек после прочтения такого текста должен захотеть приобрести рекламируемую вещь или воспользоваться описанной услугой.

**Виды научных публикаций**

Научная публикация – это работа, созданная в результате научных исследований, теоретических обобщений, сделанных в рамках научного метода. Это доведение информации до сообщества с помощью СМИ и размещения в научных печатных изданиях. Научная публикация предназначена для информирования учёных, исследователей и специалистов о последних достижениях в разных областях науки, а также для закрепления паритета на открытие. На сегодняшний день научная работа не считается завершённой, пока она не опубликована.

Стандартные формы научной публикации делятся на две группы:

**научно-исследовательские;**

**источниковедческие.**

К научно-исследовательской группе научных публикаций относят:

**монография**— научный труд в виде книги с углублённым изучением одной темы или нескольких тесно связанных между собой тем и принадлежащий одному или нескольким авторам. Этот вид публикации содержит систематическое изложение основных данных научного труда и чаще всего используется как форма публикации при написании диссертации на соискание докторской степени;

**научный реферат (автореферат)** - краткое изложение автором содержания научного исследования диссертационной работы перед представлением ее к защите;

**информативный реферат** - краткое письменное изложение содержания одной научной работы о последних достижениях в данной области;

**методические разработки / рекомендации** – вспомогательная информация, определяющая план изложения результатов научных исследований в конкретной области;

**тезисы докладов, а также материалы научной конференции (непериодический сборник итогов конференции, докладов, рекомендаций и решений)** - кратко сформулированные ключевые научные идеи по теме исследования. Тезисы доклада, в большинстве случаев, ссылаются на материалы научного исследования уже опубликованного ранее в отчетах о научно-исследовательских работах (НИР), статьях или монографиях;

**научные статьи**- это публикация, посвященная тематике диссертационного труда, или отдельного научного исследования, имеющая цельный и законченный вид, целью, которой является отражение научных результатов, требующих развернутой аргументации. Статья, как правило, содержит новаторские результаты теоретического, аналитического или экспериментального исследования одного или нескольких авторов;

**депонирование** - публикация результатов научного исследования в глобальной информационной сети с целью предоставления к нему свободного доступа на некоммерческой основе или же передача их на хранение в специализированные хранилища. Термин обычно используется для обозначения практики рецензируемых журналов по размещению электронных копий статей и выступлений на конференциях, а также докладов, размещённых в репозиториях ( репозито́рий, хранилище — место, где хранятся и поддерживаются какие-либо данные. Чаще всего данные в по сети), или в других общедоступных архивах с целью увеличения доступности, частоты использования и цитирования. Необходимо отметить, что члены диссертационных советов придают больший вес реальным публикациям, поскольку они обеспечивают более широкое освещение исследования в научных кругах;

**сборники научных трудов** – научная публикация, излагающая результаты диссертационного труда в наиболее развернутом виде. Является наиболее трудоемким видом публикации, так как в полной мере раскрывает тему и программу соответствующей дисциплины.

К **историковедческим научным публикациям** принадлежат такие материалы, как: источниковедческие издания или научные документальные издания, которые содержат информацию о памятниках культуры и исторические документы, прошедшие текстологические обработки, имеют комментарии, поступления, статьи, вспомогательные указатели.

Дополнительно среди научных непериодических публикаций можно выделить:

книги (книжное издание объемом более 48 страниц);

брошюры (книжное издание объемом от 4 до 48 страниц).

**Почему учителю нужно публиковаться в образовательных интернет - изданиях?**

Публикация авторских материалов на образовательных порталах направлена на развитие творческой деятельности и роста профессионального мастерства педагогов, развитие и поддержку новых технологий в организации образовательного процесса, обмен инновационным педагогическим опытом.

Педагогам необходимы публикации:

1. Самостоятельное повышение своей квалификации на основе информации, содержащейся в сети.

2. Повышение квалификации с использованием дистанционного обучения, проводимого в Интернет множеством коммерческих и некоммерческих организаций.

3. Поиск материалов в сети Интернет для проведения занятий.

4. Получение нормативных документов с сервера министерства.

5. Получение информации о новых педагогических технологиях.

6. Получение информации о конференциях, конкурсах и грантах, отправка заявок, докладов и выступление на конференциях.

7. Публикация своих работ и сообщение о своих разработках.

8. Переписка с коллегами и друзьями. Поиск единомышленников и коллег в других городах и странах.

Публикации в сети интернет - это помощь коллегам в их работе. Ежедневно сотни учителей приходят в классы к своим ученикам и преподают одни и те же темы, работают по одним и тем же учебникам. И, если вы, готовясь к новой теме, нашли интересный материал, разработали интересный урок, подготовили презентацию, то почему бы не поделиться с коллегами? В такой помощи нуждаются не только начинающие учителя, но и опытные. Хороший материал поможет сократить время подготовки к урокам.

Получить признание. Учителя — творческие открытие люди, работающие для других. Все знают, как важно получить признание и уважение не только со стороны детей и их родителей, но и коллег. Публикуя работы на интернет - сайте, педагог выходит к многотысячной аудитории. Во время учебного года каждый сайт посещают в среднем 30-70 тысяч человек ежедневно. Публикуя работу даже на самую "непопулярную" тему, вы всегда найдете своего читателя. Возможность получить свидетельство о публикации, что является неопровержимым фактом: подтверждение публикаций нужно не только для портфолио, для прохождения аттестации, для получения стимулирующих выплат, а также для повышения уровня своей компетенции да и просто, хочется быть услышанным.

**За что выдается электронное свидетельство о публикации?**

Свидетельство о публикации выдаётся за размещение на сайте вашего авторского материала:

учебно-методические разработки;

- сценарии внеклассных мероприятий, классных часов;

- сценарии праздников, развлечений, досугов;

- статьи на педагогическую тематику;

- конспекты уроков;

- занятия с дошкольниками (конспекты);

- мастер-классы по рукоделию;

- сценарии семинаров, родительских собраний и конференций;

- подготовка детей к школе (советы родителям, тематические занятия, тесты...)

- обзоры книг по педагогике, психологии и методике преподавания;

- оформление детского сада, школы (мастер-классы, статьи);

- беседы с детьми (конспекты бесед со школьниками)

Интернет позволяет легко осуществить публикацию материалов. Педагоги с помощью специальных редакторов могут подготовить документы для публикации в сети Интернет, разместить их на бесплатных ресурсах или специальных web-сайтах. Материалы становятся доступны для всех пользователей Интернет.

В Интернете публикуются методические рекомендации, задания, личные страницы учащихся и учителей, рейтинги, планы занятий, результаты выполнения заданий и другая информация.

Основные преимущества публикации материалов в сети Интернет являются оперативность обновления материалов, легкость публикаций и доступность с любого компьютера, подключенного к Интернет.

Работая в сетевых сообществах, вы получите возможность:

- публиковать свои материалы;

- определять общую тенденцию развития педагогики;

- продолжать самообразование;

- общаться с коллегами на высоком профессиональном уровне;

- участвовать в проектах и межсетевой связи учителей и учеников;

- перенимать опыт коллег.

Где публиковать ваши материалы? На любой образовательной площадке в интернете. Например, вы можете публиковаться в школьной или районной газете. Материалы, направленные на конкурсы и фестивали, также являются публикациями и могут быть включены в портфолио педагога. Важное замечание по содержанию публикации: материалы должны иметь методическое сопровождение, то есть пояснения по реализации всех этапов урока по ФГОС, системы оценки деятельности учащихся, используемых приемов и методов, особенностей реализации используемых педагогических технологий, эффектов их использования, планируемых целей, задач, перечня используемых ресурсов и т.д. В ином случае ваша работа не будет иметь методической ценности. Главное, публикации пропагандируют передовой педагогический опыт, развивают готовность педагогов к реализации индивидуального подхода в педагогической деятельности, а главное – поощряют профессиональную активность и педагогическое творчество.

В заключении хочу отметить, главное: один и тот же материал можно изложить по-разному. Первый автор напишет о своем уроке описание, а второй — инструкцию. Каждому автору необходимо правильно определить целевую аудиторию и восполнить ее потребность. Только тогда статья добьется той цели, для которой она печаталась. Подачу материала называют стилем. У каждого он свой. Нет авторов, которые писали бы одинаково, в чем состоит и ваша уникальность. Пользуйтесь ею при написании разных видов статей. Пробуйте писать свои статьи, у вас все получится!