

Муниципальное автономное общеобразовательное учреждение
средняя общеобразовательная школа №2

624192, г.Невьянск, ул.Самойлова, 4; тел.(34356) 2-22-01, 2-26-12
факс:8(34356)22201; E-mail: shkola2.ru@mail.ru; ИНН 6621008148; КПП 662101001

РЕКОМЕНДОВАНА

к реализации на заседании
ШМО учителей

к.п.д. - жетет. чинки
(протокол № 1 от 20.09.24г.)

Руководитель ШМО

Бессикова В. В.

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора
школы по УВР

И. И. Бобровицкий
«30» 09 2024г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор МАОУ СОШ
№2

И. Р. Семячкова
Приказ № 124/1-22

от «05» сентября 2024г.

Дополнительная общеобразовательная
общеразвивающая программа
социально – педагогической направленности

«Медиацентр»

Возраст обучающихся – 13 - 13 лет
Срок реализации программы – 1 год
Количество часов в год – 68 ч.
Педагог, реализующий программу –

Невьянск 2024 год

Раздел I «Основные характеристики программы»

1.1 Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Медиацентр» относится к программам социально-педагогической направленности и составлена на основе следующих нормативно-правовых документов:

1. Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании Российской Федерации» (с изм., внесенными Федеральными законами от 04.06.2014 г. №145-ФЗ, от 06.04.2015 г. №68 –ФЗ, от 19.12.2016 г. от 26.07.2019 г. N 232-ФЗ).
2. Распоряжения Правительства Российской Федерации от 04.09.2014 г. № 1726-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей».
3. Плана реализации концепции развития дополнительного образования детей.
4. Письма МОиН РФ от 14.12.2015 N 09-3564 «О внеурочной деятельности и реализации дополнительных общеобразовательных программ».
5. Приказа МОиН РФ «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» от 9.10 2018 г. № 196.
6. Приказа Министерства труда и социальной защиты РФ от 5 мая 2018 г. № 298н «Об утверждении профессионального стандарта «Педагог дополнительного образования детей и взрослых».

Актуальность

Изменение информационной структуры общества требует нового подхода к формам работы с детьми. Получили новое развитие средства информации: глобальные компьютерные сети, телевидение, радио, мобильные сети. Информационные технологии должны стать инструментом для познания мира и осознания себя в нём, а не просто средством для получения удовольствия от компьютерных игр и «скачивания» музыки или фильмов из Интернета.

Наше время – время активных предприимчивых, деловых людей. В стране созданы предпосылки для развития творческой инициативы, открыт широкий простор для выражения различных мнений, убеждений, оценок. Все это требует развития коммуникативных возможностей человека. Научиться жить и работать в быстро изменяющемся мире, обучить этому своих учеников - основная задача школы.

Наиболее оптимальной формой организации деятельности является создание школьного «Медиацентра», где проходит изучение всей совокупности средств массовой коммуникации и овладение разносторонними процессами социального взаимодействия. Здесь отрабатывается авторская позиция ученика, возможность её корректировки в общепринятой культурной норме, создание условий для информационно-нравственной компетенции учащихся, самоутверждения и становления личностной зрелости подростка. Школьный

«Медиацентр» — это возможность максимального раскрытия творческого потенциала ребенка. Работа над созданием медиапродукта позволяет проявить себя, попробовать свои силы в разных видах деятельности – от гуманитарной до технической. И, конечно же, публично показать результаты своей работы.

Важная особенность работы состоит в том, что она является коллективной и социально-значимой деятельностью. Трансляция с мероприятия, новостной блок, тематические видеоролики, медиастатья могут быть подготовлены только общими усилиями творческого коллектива. От этого зависит и успех, и зрительское внимание. Но, с другой стороны, необходимо учитывать *индивидуальные особенности* каждого обучающегося, участвующего в работе школьного «Медиацентра»:

- жизненный опыт, необходимый для успешного усвоения предлагаемых знаний: занятия в кружках и секциях, взаимоотношения в семье, уровень воспитанности;

- психологические особенности конкретного ребенка: умение общаться со сверстниками, стремление к самостоятельности, «взрослой» жизни, самоутверждению, повышенная эмоциональность, застенчивость, чувствительность к оценке своих действий. Учитываются умственное развитие ребенка, его поведение;

- потенциальную потребность в творческом самовыражении: стремление заслужить уважение сверстников, учителей, родителей, самопознание, любознательность, проявление интереса к новым видам деятельности.

Новизна данной программы заключается в использовании современных методик и технологий, возможности более углубленного изучения гуманитарных и технических наук, овладение новыми информационными компетенциями. Создание интерактивного виртуального образовательного поля позволяет расширять и дополнять учебную программу - это ещё один из элементов новизны данной программы.

Практическая значимость

Одна из особенностей программы «Медиацентр» - ее практико-ориентированный характер. Ребята проходят обучение в процессе работы над реальным медиапродуктом – пополнение видео-, фотоархива со школьных и городских праздников и мероприятий, работа над созданием медиатекстов, видеонОВОСТЕЙ о событиях в школе для официального сайта, мультимедийное сопровождение традиционных мероприятий, фестивалей, конкурсов. Главной задачей также является не только выпуск готовых медиапродуктов (передач, видеороликов) по запланированному графику, но и обучение воспитанников по данному направлению через тренинги, мастер-классы, участие в конференциях и конкурсах, экскурсии.

В процессе работы школьного художественно-творческого медиацентра создаются и постоянно пополняются видео-, фото-, и аудиоархивы, печатные медиатексты, непосредственно относящиеся к деятельности школы:

- фотосъемка проводимых в школе мероприятий с целью дальнейшего оформления в цифровой медиаресурс;

- видеосъемка, монтаж и выпуск готовых цифровых медиапродуктов, посвященных различным мероприятиям, проводимым на территории школы и вне ее, художественно-творческим, информационным школьным видеопроектam, медийное сопровождение школьных праздников, видеозапись и т.д.;
- проведение в школе видеоконференций через Интернет и по другим каналам связи (Isq, Skype, Sony Vegas, Adobe Premiere pro, Avid);

Адресат программы

Программа рассчитана на детей от 13 до 17 лет. Срок реализации программы – 1 год.

Режим организации занятий

Срок реализации программы 1 год – 68 часов.

Срок реализации	Продолжительность занятий	Периодичность в неделю (час)	Кол-во часов в год
1 год	40 мин	2 часа	68
Итого:			68 часов

Формы организации образовательного процесса

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Медиацентр» нацелена на творческую самореализацию. В ней использованы эффективные формы и методы работы со школьниками и мероприятия, обеспечивающие работу с одаренными детьми:

- творческие проекты;
- круглые столы;
- тренинги «Берем интервью»;
- регулярный выпуск новостей и видеороликов на сайте и в школьной группе в социальной сети;
- конкурс анонсов, афиш;
- конкурс видеороликов;
- мастер-классы, дискуссии для юных журналистов;
- экскурсии в редакции и на региональные ТВ;
- контрольные: прием видеороликов и другой медиапродукции.

Особенности реализации программы и место проведения занятий

Программой предусмотрены теоретические, практические (лабораторные работы, фото- и видеосъемка) занятия. Большая часть практических занятий проводится во время различных мероприятий – праздников, экскурсий, посещений театров, музеев, выездов на природу. Выполняя самостоятельную работу по проекту, обучающиеся приобретают навыки написания статей, текстов к интервью и видеонновостям, работы с фото- и видеотехникой, графическими и

аудиоредакторами, осваивают различные программы по монтажу и обработке видео, развивают умение самостоятельной деятельности и умение использовать полученные ранее знания.

Цель программы:

Создание единого образовательного пространства для успешной социализации личности учащегося в условиях современных информационных технологий, создание условий для творческой самореализации учащихся через включение в процесс получения и обработки информации.

Задачи программы:

Образовательные:

1. Организовать деятельность школьного «Медиацентра» - одного из инструментов воспитательного воздействия для успешной социализации обучающихся.

2. Привить детям и подросткам интерес к таким профессиям как журналист, корреспондент, дизайнер, корректор, а также фоторепортёр, видеооператор, режиссёр, режиссёр монтажа и др.

3. Научить создавать собственные проекты на основе полученных знаний.

4. Обучать детей умению выражать свои мысли чётко и грамотно, ответственно и критически анализировать содержание сообщений.

5. Создать живую, активно работающую информационную среду.

Развивающие:

1. Способствовать повышению работоспособности учащихся.

2. Развивать и стимулировать активность учащихся, их творческие способности.

Воспитательные:

1. Воспитывать чувство коллективизма, взаимопомощи и взаимовыручки;

2. Научить детей работать в группе, обсуждать различные вопросы, работать с различными источниками информации.

3. Воспитывать дисциплинированность.

4. Способствовать работе в коллективе, подчинять свои действия интересам коллектива в достижении общей цели.

1.2 Содержание программы

1.2.1. Учебный план

№ п/п	Название раздела, темы	Количество часов			Формы аттестации/контроля
		всего	теория	практика	
1	Введение. Я и медиапространство	6	3	3	ролик-презентация
2.	Информационные и мультимедийные технологии	6	3	3	медиастатья
3	Медиапрограммы	10	5	5	презентация проекта «Мой герой»
4.	Источники информации	10	6	4	Защита групповых работ

5.	Практика речи	10	2	8	тестирование «Речевая грамотность»
6.	Жанровое разнообразие	10	5	5	Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить»
7	«Медиаобразование на материале рекламы»	16	6	10	создание рекламного текста
	Итого:	68	30	38	

1.2.2 Содержание программы

1. Введение. Я и медиапространство (6 часов)

Вводное занятие. Знакомство. Откуда люди узнают о том, что происходит в их городе, стране, в мире.

Интерактивная игра: Что Я хочу узнать и чему научиться. Цели и задачи. Позволит выявить основные интересы и мотивы ребенка, построить индивидуальную целеполаганию.

Новостная редакция. Кто есть кто? Знакомит с составом редакции, функционалом. Мини-тест на выявление наклонности к той или иной направленности.

Интерактивная игра: Строим ньюс-рум. Выбираем главных редакторов групп.

Что такое ньюс-рум. Как правильно организовать рабочее пространство, помогающее задействовать все ресурсы. Самые главные отделы редакции и их редакторы.

Работа редакции новостей. Игра «Ищи и найди».

Интерактивная игра: «У каждого своя елка». Пример описания места событий. Отработка в парах приема описания события в форме тренинга.

«Инфотеймент». Что это такое? Принцип «Информируем, развлекаая». Игра-презентация своего коллектива.

Текущий контроль: задание на дом: снимаем ролик-презентацию по предложенной теме.

2. Информационные и мультимедийные технологии (6 часов)

Классификация технологий по типам телевидения. По типу информации это могут быть: · текстовые, табличные, графические, звуковые, видео и мультимедийные данные. Особенности каждого типа, как источника передачи информации. Работа с таблицей.

Форматы. История смены формата. Исследователи медиа Альберт Моран и Джастин Мэльбон. Корень формата. Формула определения возраста аудитории и работа в парах.

«Обертка» формата. Стил и содержание.

Целевая аудитория. Работа со статистикой. Выявление интересующих тем для дальнейшего планирования работы видеогруппы.

Информационные поводы

Ньюсмейкерство – целенаправленная деятельность по превращению любого события в жизни фирмы в элемент публичности, бесплатно распространяемой о фирме интересной (и, безусловно, правдивой) информации. Концепция государственной информационной политики. Общественное мнение – специфическое проявление общественного сознания, выражающееся в оценках (как в устной, так и в письменной форме) и характеризующее явное (или скрытое) отношение больших социальных групп (в первую очередь большинства народа) к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес. 6 основных вопросов для новостей. Мониторинг – это отслеживание публикаций по конкретной тематике в СМИ. Две основные составляющие мониторинга – контекст (список ключевых слов) и база СМИ (список источников).

Топ-лайн. Head-line – заголовок, привлекающий внимание. Тренинг по созданию ярких заголовков. Конвейер новостей, что это такое.

Текущий контроль: пишем медиастатью по заданной теме. Ребятам дается индивидуальное контрольное задание, по итогам которого они должны предоставить новостную статью.

3. Медиапрограммы (10 часов)

Новостные сюжеты и аналитические программы – как разновидность программ телевидения. Этапы создания телепередач. Телевизионные жанры. Специфика регионального телевидения. Особенности детской тележурналистики. Дать определение понятию «Развлекательная программа», их разновидности, особенности. Принцип построения ток-шоу. Драматургия ток-шоу. Герои ток-шоу. Работа с аудиторией ток-шоу. Ведущий ток-шоу: требования и особенности работы.

Жанры журналистики: репортаж, интервью. Краткая характеристика информационных жанров. Алгоритм построения статьи в жанре «интервью», «репортаж». Эффект присутствия.

Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...». Погружение ребят в роль репортера в поисках сенсации, отработка навыка создавать репортаж и брать интервью.

Интерактивная игра студии «ФрешМедиа», позволяющая погрузиться в роли редакторов студии и рядовых работников. Игра построена на основе тимбилдинга.

Новостной проект (ищем героев). Работа в паре, где каждому дано задание, нацеленное на поиск информации, ее обработке, фотоиллюстрировании и создании черновика статьи.

Задание на дом: проектная работа «Мой герой». Оформление черновика в готовую работу.

Текущий контроль: презентация проекта «Мой герой» – контрольное задание в форме публичного выступления. Работа выполняется с учетом пройденного материала.

4. Источники информации (10 часов)

Запись выпусков новостей. Новостные сюжеты. Критерии отбора новостей. Вёрстка новостного выпуска. «Классический», «домашний», «публицистический» стиль новостей.

Репортажи. Цели и особенности. Активное слушание. Коммуникативные техники. Подготовка вопросов для интервью. Требования к вопросу. Взаимодействие журналиста и оператора при съёмке репортажа.

Монтажные программы «CoolEditPro» и «SoundForge» - знакомство с программой для диджеев, саунд продюсеров и всех тех, кто работает с музыкой. В программу входят набор утилит, предназначенных для работы со звуком, большое количество фильтров, эффектов, а также мультiformатный конвертер.

Тренажеры репортажей. Создание титров и заставок. Эффекты перехода, использование функций. Видеофильтры.

Съёмка новостного сюжета, озвучание, монтаж (face to face). Выбор плана при съёмке человека. Монтаж по крупности. Обрезка, «воздух». Съёмка взаимодействующих объектов. Съёмки диалога. «Правило восьмёрки». Панорама. Переход фокуса. Движение камеры. Монтажная фраза.

Композиция кадра. Импортрование видеофайлов на компьютер. Основные правила и меры безопасности при обращении с компьютером. Работа с видеофайлами на компьютере. Программы для обработки и просмотра видеофайлов. Требования к компьютеру для видеомонтажа. Технология нелинейного видеомонтажа. Работа с программой видеомонтажа. Создание видеофайлов для монтажа видеосюжета. Запись закадрового текста. Основные инструменты программы видеомонтажа. Интерфейс программы. Форматы видеофайлов. Настройки программы для начала работы.

Групповая работа: Репортаж «Один день из жизни школы». Видеосъёмка готового материала. Монтаж, работа с видеоархивом.

Текущий контроль: Защита групповых работ в форме публичного выступления с использованием медиасопровождения.

5. Практика речи (10 часов)

Упражнения для каждого участника группы. Сущность слова. Слово и понятие. Многозначность слова. Составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа; медиатекста с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»); перенесение персонажа медиатекста в измененную ситуацию (с переменной названия, жанра, времени, места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности персонажа и т.д.); составление рассказа от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону.

Учимся говорить грамотно, а писать правильно. Практическая игра: составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа медиатекста: с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»); перенесение персонажа медиатекста в измененную ситуацию (с переменной названия, жанра, времени,

места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности персонажа и т.д.); составление рассказа от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону; составление монологов (воображаемых «писем» в редакции газет и журналов, на телевидение, в министерство культуры и т.п.) представителей аудитории с различными возрастными, социальными, профессиональными, образовательными и иными данными, находящихся на разных уровнях медиавосприятия.

Личный список слов-ошибок – тренинг по выявлению речевых и стилистических ошибок в устной и письменной речи.

Интерактивная игра «Как не делать репортаж» - чередования эпизодов, вызывающих положительные (радостные, веселые) и отрицательные (шоковые, грустные) эмоции у аудитории, то есть опора на психофизиологическую сторону восприятия на примере конкретного медиатекста массовой (популярной) культуры;

Дресс-код стендапов. «Говорящий фон». Съёмка «стенд-апа». Звуковые эффекты

Текущий контроль: тестирование «Речевая грамотность» - контрольное задание

6. Жанровое разнообразие (10 часов)

Основы операторского мастерства. Основы современной ТВ и видео продукции, механизмы ее производства. Взаимодействие оператора и журналиста по решению творческой задачи. «Картинка» - основа телесюжета. Алгоритм работы оператора при съёмке телесюжета. Съёмки в особых условиях освещенности.

Как делать телеэссе, зарисовку, телепутешествие. Телевизионный язык: умение рассказывать «картинками». Композиция телевизионного сюжета. Типы и элементы телевизионных сюжетов. Взаимодействие журналиста и оператора при работе над сюжетом. Понятия «закадровый текст», «синхрон», «лайф», «экшн», «стенд-ап».

Взаимодействие в команде. Как снять то, что хочешь, а не то, что получилось. Тимбилдинг.

Основы работы с видео камерой. Устройство цифровой видеокамеры. Обращение с видеокамерой. Функциональное назначение элементов управления видеокамерой и их грамотное применение. Техника безопасности при работе с видеокамерой. Требования к видеоряду. Основные правила видеосъёмки. Баланс белого, освещенность кадра, выравнивание кадра по вертикали. Устойчивость камеры при съёмках без штатива. Обработка полученного материала. Принципы монтажа видеоряда. Монтаж по крупности, монтаж по ориентации в пространстве, монтаж по фазе движения и пр. Использование «перебивок», деталей.

Текущий контроль: Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить», проверяющая знания по данному разделу.

7. «Медиаобразование на материале рекламы» (16 часов)

История возникновения и развития рекламы.

1) Возникновение рекламы в России. Первые рекламные ролики. Что способствовало возникновению и развитию рекламы.

Реклама: понятие, функции, цели и виды.

Виды рекламы, способ воздействия рекламы, способ выражения рекламы, рациональная реклама, эмоциональная реклама, «жесткая» и «мягкая» реклама, имиджевая реклама, стимулирующая реклама, реклама стабильности, внутрифирменная реклама, реклама в целях расширения сбыта продукции, увещательная реклама, сравнительная, подкрепляющая, превентивная, информирующая реклама.

Классификация рекламы.

Три основные классификации рекламы (визуальная, аудиальная, аудиовизуальная). Данные классификации позволят учащимся определить рекламу как особый жанр публицистики.

Особенности функционального назначения рекламных текстов.

Основная цель рекламы. Две основные функции: а) информативную (информирует или сообщает о том или ином товаре или услуге); б) воздействующую (побуждает воспользоваться данной услугой или приобрести данный товар).

Лингвистические особенности рекламных текстов: лаконичность, необычность, оригинальность, экспрессивность, сигнальный характер, языковое наполнение текста.

Структура рекламного текста.

Компоненты рекламного текста: заголовок, лозунг, зачин, информационный блок, справочная информация, лозунг 2 (девиз).

Содержание композиционной части рекламного текста.

Целевое назначение структурного элемента.

Специфика отбора языковых средств для рекламных текстов.

Языковые средства: с отклонениями от норм: сочетание латиницы с кириллицей, соблюдение норм дореволюционной орфографии, игра слов, каламбур, окказионализмы, персонификация, фонетические повторы, дефразеологизация. Без отклонения от норм: глагольные формы, конкретные существительные, специальная терминология, риторический вопрос, инверсия, повторы.

Текущий контроль: создание рекламного текста по заданной теме.

Творческий синтез - командная работа по самостоятельно выбранному типу творческого проекта.

Промежуточный контроль – защита проекта.

Итоговый контроль: Защита проектных работ.

1.2.3. Тематическое планирование занятий

№ п/п	Название раздела, темы	Количество часов			Формы организации
		всего	теори	практика	

			я		занятий
	Введение. Я и медиапространство	6	3	3	
1	Вводное занятие. Знакомство. Откуда люди узнают о том, что происходит в их городе, стране, в мире.	2	2		беседа
2	Интерактивная игра: Что Я хочу узнать и чему научиться. Цели и задачи.	2		2	интерактив
3	Новостная редакция. Кто есть кто?	2	1	1	Беседа, игра Экскурсия на телестудию
	Информационные и мультимедийные технологии	6	3	3	
4	Классификация технологий по типам телевидения. Целевая аудитория		1	1	Лекция
5	Форматы. Корень формата. Формула определения возраста аудитории		1	1	Лекция
6	«Обертка» формата. Стил и содержание.		1	1	Лекция, практика групповая
	Медиапрограммы	10	5	5	
7	Новостные сюжеты и аналитические программы. Развлекательные программы. Принцип построения ток-шоу.		4		Круглый стол
8	Жанры журналистики: репортаж, интервью.		4		Лекция
9	Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...»			1	интерактив
10	Интерактивная игра студии «ФрешМедиа»			1	интерактив
	Источники информации	10	6	4	
11	Запись выпусков новостей. Новостные сюжеты.		1	1	Экскурсия на телестудию. Групповое задание

12	Монтажные программы «CoolEditPro» и «SoundForge»		2		Лекция
13	Съемка новостного сюжета, озвучание, монтаж (face to face)		2	2	Вебинар Практическая работа
14	Композиция кадра. Импортирование видеофайлов на компьютер.		1	1	Практическая работа
	Практика речи	10	2	8	
15	Упражнения для каждого участника группы			2	Индивидуальный практикум
16	Учимся говорить грамотно, а писать правильно. Практическая игра.			2	Игра-практикум
17	Личный список слов-ошибок		1		Тренинг
18	Интерактивная игра «Как не делать репортаж»			2	интерактив
19	Дресс-код стендапов		1		Ролевая игра
20	Тест «Речевая грамотность»			2	Тестирования
	Жанровое разнообразие	10	5	5	
21	Основы операторского мастерства. Основы современной ТВ-ой и видео продукции, механизмы ее производства		1		Экскурсия, встреча с тележурналистом
22	Как делать телеэссе, зарисовку, телепутешествие		2		Круглый стол
23	Взаимодействие в команде. Как снять то, что хочешь, а не то, что получилось.			2	практикум
24	Основы работы с видео камерой. Обработка полученного материала		2	3	Лекция парная
	«Медиаобразование на материале рекламы»	16	6	10	
25	Вводное занятие. Знакомство с курсом.		1		беседа
26	История возникновения и развития рекламы.		1	1	Лекция
27	Реклама: понятие, функции, цели и виды. Классификация рекламы.		1	1	игра

28	Особенности функционального назначения рекламных текстов.		1	2	Лекция, практикум
29	Лингвистические особенности рекламных текстов.			2	лингвистический эксперимент
30	Структура рекламного текста. Целевое назначение структурного элемента.		1	1	Круглый стол
31	Специфика языковых средств для рекламного текста.		1		Лекция
32	Защита проекта «Я в медиапространстве».			3	Публичное выступление
	Итого:	68	30	38	

1.3 Планируемые результаты

Личностные результаты программы по социально-педагогическому направлению «Школьный медиацентр»:

- развитие таких важных личностных качеств, как коммуникабельность, общая эрудиция, уровень культуры, выразительность речи, дисциплину и ответственность за порученное дело;
- активное включение в общение и взаимодействие с окружающими на принципах уважения и доброжелательности, взаимопомощи и сопереживания;
- проявление положительных качеств личности и управление своими эмоциями в различных ситуациях и условиях;
- проявление дисциплинированности, трудолюбие и упорство в достижении поставленных целей;
- оказание бескорыстной помощи своим сверстникам, нахождение с ними общего языка и общих интересов.

Метапредметные результаты:

Регулятивные УУД:

- определять и формулировать цель деятельности на занятии с помощью учителя, а далее самостоятельно;
- средством формирования этих действий служит технология проблемного диалога на этапе изучения нового материала;
- учиться совместно с учителем и другими воспитанниками давать эмоциональную оценку деятельности команды на занятии.

Средством формирования этих действий служит технология оценивания образовательных достижений (учебных успехов).

Познавательные УУД:

- добывать новые знания: находить ответы на вопросы, используя разные источники информации, свой жизненный опыт и информацию, полученную на занятии;

- иметь навыки набора текста на компьютере, работы с офисными приложениями;

- получить ориентацию на творческий подход в любом виде журналистской деятельности, уметь организовывать и проводить деловые и ролевые игры;

- перерабатывать полученную информацию: делать выводы в результате совместной работы всей команды.

Средством формирования этих действий служит учебный материал и задания.

Коммуникативные УУД:

- умение донести свою позицию до других: оформлять свою мысль. Слушать и понимать речь других;

- совместно договариваться о правилах общения и поведения в игре, реализации творческого проекта и следовать им;

- учиться выполнять различные роли в группе (оператор, диктор, корреспондент, фотограф, монтажер и др.).

Средством формирования этих действий служит организация работы в парах и малых группах.

Предметные результаты:

Первостепенным результатом реализации программы будет создание максимальной возможности проявить учащимися свои возможности в избранной области деятельности, создать условия для профессионального самоопределения и подготовки будущих корреспондентов, дикторов, операторов, монтажеров.

Умение максимально проявлять коммуникативные и лидерские способности (качества) в любой ситуации.

Овладение основами приёмов, техническими навыками по созданию медиапродукта, умением использовать их в разнообразных жизненных ситуациях.

В результате реализации программы у учащихся развиваются группы качеств: отношение к самому себе, отношение к другим людям, отношение к вещам, отношение к окружающему миру. Благодаря тому, что содержание данной программы раскрывает все стороны коммуникации, учащиеся будут демонстрировать такие качества личности как: лидерство, творческий подход к труду, товарищество, трудолюбие, бережливость, дисциплинированность, соблюдение порядка, любознательность, любовь к прекрасному, стремление реализовать себя в профессиональном плане.

Раздел II. «Организационно-педагогические условия»

2.1 Условия реализации программы

Программа рассчитана на 1 год обучения детей в возрасте от 13 до 16 лет, проявляющих интерес к журналистике, информатике, фотографированию, видеосъёмкам. Необходимо наличие желания познавать новое, быть все время в курсе всех новостей, быть коммуникабельными или захотеть такими стать.

Для эффективного освоения технических приёмов, работы с графическими редакторами и программами по обработке видео и звука на занятиях проводятся индивидуальные и групповые упражнения, в парах, тройках и микрогруппах. Особое внимание здесь уделяется ребятам, которые «на ты» с компьютером. Индивидуально-ориентированный подход применяется для пишущих ребят или выступающих в роли ведущих, интервьюеров, с которыми необходим детальный анализ их ошибок и успехов.

Практические работы и задания призваны облегчить и ускорить овладение основными навыками и содействовать повышению их эффективности и надёжности.

Существенное место в подготовке ребят занимают игры и творческие проекты. В них заключены богатые возможности для формирования норм коллективного поведения, воспитанники учатся не только организовывать своё поведение, но и активно влиять на действия своих товарищей, воспринимать задачи коллектива как свои собственные, мобилизовать деятельность других в интересах объединения.

Игры, соревнования, занятия объединяют подростков, у них воспитывается дисциплинированность, ответственность перед коллективом, формируется культура поведения и общения, приобретается опыт коллективного взаимодействия, развивается самостоятельность в принятии решений, воля и терпение, появляется осознанное желание вести активный образ жизни.

Для определения результативности обучающихся по программе педагогом проводится мониторинг: отслеживается теоретический уровень подготовки обучающихся по основным разделам программы; уровень личностного развития, активное участие обучающихся в играх, проектах. Педагог использует различные способы диагностики: наблюдение, собеседование, тестирование, выставки и т.д.

2.2 Материально-методическое обеспечение.

- Карта звуковая Focusrite Scarlett 18i8 3rd gen - 1 шт.
- Стойка микрофонная - 2 шт.
- Усилитель Behringer HA400- 2 шт.
- Наушники Beyerdynamic DT 770 pro - 3шт.
- Микрофон конденсаторный AKG C414XLI - 2 шт.
- Станция записи и монтажа - 1 шт.
- Аудиомонитор Adam A5x - 2 пары.
- Программное обеспечение - 1.
- Персональный компьютер тип 3 - 10 шт.

- стол для преподавателя - 1 шт.
- кресло для преподавателя - 1 шт.
- шкаф для хранения учебных пособий - 1 шт.
- стул ученический регулируемый по высоте - 10 шт.
- Интерактивная панель 75" - 1шт.
- Ноутбук - 1 шт.
- Музыкальный центр - 1 шт.
- Звуковые колонки - 2 шт.
- Микшерский Пульт - 1 шт.
- Компьютер с монитором - 1 шт.
- Видеокамера - 1 шт.
- Фотоаппарат зеркальный + объектив - 1 шт.
- Софиты - 5 шт.
- Светодиодный прожектор - 1 шт.
- Мультистанок - 1 шт.

2.3 Итоговая аттестация

Презентации учебных проектов могут быть проведены в виде:

- демонстрации видеофильма / продукта, выполненного на основе информационных технологий;
- диалога исторических или литературных персонажей;
- игры с залом;
- инсценировки реального или вымышленного исторического события;
- пресс-конференции;
- видеопутешествия или видеоэссе;
- рекламы;
- ролевой игры;
- интервью;
- телепередачи;
- фоторепортаж;
- виртуальной экскурсии.

2.4 Список литературы

Для учащихся:

1. Агафонов А.В. , Пожарская С.Г. // Фотобукварь. - М. , 1993.
2. Андерес Г.Ф., Панфилов Н.Д.. «Справочная книга кинолюбителя» (под общей редакцией Д.Н. Шемякина) – Лениздат, 1977.
3. Бабкин Е.В., Баканова А.И. //Фото и видео. - М., Дрофа, 1995, - 380с.
4. Гурский Ю., Корабельникова Г. Photoshop7.0. Трюки и эффекты - Спб.: Питер, 2002.
5. Игры для интенсивного обучения / Под ред. В.В. Петрусинского. - М., 1991.

6. Кеворков В.В. Рекламный текст. - М., 1996.
7. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. - М., 1983.
8. Курский Л.Д., Фельдман Я.Д. //Иллюстрированное пособие по обучению фотосъемке. Практическое пособие. - М., Высшая школа, 1991.
9. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. - М., 2014.
10. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Занимательная стилистика. – М., 2007.

Для педагога:

1. Бондаренко Е.А. Творческий проект как элективный курс Образовательные технологии XXI века ОТ'07 / под ред. С.И. Гудиловой, К.М. Тихомировой, Д.Т. Рудаковой. - М., 2007 С. 188-194.
2. Волков И.П. Приобщение школьников к творчеству: из опыта работы. - М.: Просвещение, 2002.
3. Медиакультура. Программа для 1-11 кл. // Основы экранной культуры. Медиакультура: сб. программ / под ред. Ю.Н. Усова. - М., МИПКРО, 1996.
4. Мурюкина Е.В. Медиаобразование старшеклассников на материале прессы. - Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучма, 2006.
5. Питер Коуп – «Азбука фотосъемки для детей: Цифровые и пленочные камеры». - М.: Арт-Родник, 2006.
6. Поличко Г.А. Изучение монтажа на медиаобразовательных занятиях // Медиаобразование. 2005, № 4. - С.40-48.
7. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М., Фомичева И.Д. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005.

Дополнительная литература:

1. Тихомирова К.М., Рудакова Д.Т. - М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. - С. 89-92.
2. Хилько Н.Ф. Аудиовизуальное творчество как художественно-эстетическая деятельность // Искусство и образование. – 2006. - № 1. - С. 59-71.
3. Фоминова М.А. Экранная культура в системе работы учителя мировой художественной культуры // Искусство в школе. - 2003 - № 5. - С. 44-48.

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭП

Сертификат 138886899515110284398995661652590028330255961006

Владелец Семячкова Ирина Роландовна

Действителен с 19.03.2024 по 19.03.2025