

Министерство образования Оренбургской области  
Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
«Нойкинская средняя общеобразовательная школа»  
Бугурусланского района

Принята на заседании  
педагогического совета  
от «29» августа 2024 г.  
Протокол № 1

Утверждаю  
Директор школы  
Трофимова О.Л.  
«30» августа 2024 г. Пр.№40

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа  
социально-гуманитарной направленности  
**«Медиа класс»**

Уровень освоения: базовый  
Возраст обучающихся: 11-15 лет  
Срок реализации: 1 год  
Условия реализации: бюджет

Автор-составитель:  
Трофимова Ольга Леонтьевна,  
педагог дополнительного образования

Бугурусланский район, 2024 г.

| Содержание |  |    |
|------------|--|----|
| Раздел I.  | Комплекс основных характеристик программы      | 3  |
| 1.         | Пояснительная записка                          | 3  |
| 1.1.       | Направленность программы                       | 4  |
| 1.2.       | Уровень освоения программы                     | 4  |
| 1.3        | Актуальность программы                         | 4  |
| 1.4.       | Новизна программы                              | 4  |
| 1.5.       | Отличительные особенности программы            | 4  |
| 1.6.       | Адресат программы                              | 4  |
| 1.7.       | Объем и сроки освоения программы               | 4  |
| 1.8.       | Формы организации образовательного процесса    | 4  |
| 1.9.       | Режим занятий                                  | 4  |
| 2.         | Цель и задачи программы                        | 5  |
| 3.         | Содержание программы                           | 5  |
| 3.1.       | Учебный план                                   | 5  |
| 3.2.       | Содержание программы                           | 6  |
| Раздел II. | Комплекс организационно-педагогических условий | 7  |
| 1.         | Календарный учебный график                     | 7  |
| 2.         | Планируемые результаты                         | 11 |
| 3.         | Список литературы                              | 12 |

## Раздел I. Комплекс основных характеристик программы

### 1. Пояснительная записка

#### 1.1. Направленность программы

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

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»;
- Приказ Минпросвещения от 09.11.2018 № 196 (ред. от 30.09.2020) «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017г. №816 «Об утверждении Порядка применения организациями осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- приказ Министерства просвещения РФ от 3 сентября 2019 года № 467 «Об утверждении Целевой модели развития региональных систем дополнительного образования детей»;
- приказ Минпросвещения России от 19 октября 2020 г. № 575 "Об утверждении Методики расчета показателя "Формирование эффективной системы выявления, поддержки и развития способностей и талантов у детей и молодежи, основанной на принципах справедливости, всеобщности и направленной на самоопределение и профессиональную ориентацию всех обучающихся";
- государственная программа Российской Федерации «Развитие образования» 2018-2025 гг;
- Постановление Правительства Оренбургской области от 04.07.2019 года №485-пп «О реализации мероприятий по внедрению целевой модели развития системы дополнительного образования детей в Оренбургской области»;
- Постановление Правительства Оренбургской области от 14.01.2021 года «5-п «О запуске в промышленную эксплуатацию автоматизированной системы «Государственные (муниципальные) услуги в сфере образования Оренбургской области»;
- Региональный проект «Успех каждого ребенка» Национального проекта «Образования» (+ соглашения с главами муниципальных образований о выполнении показателей проекта);
- Приказ министерства образования Оренбургской области от 23.07.2020 года № 01-21/979 «О создании Регионального модельного центра дополнительного образования детей в Оренбургской области»;
- Приказ министерства образования Оренбургской области от 25.03.2021 года № 01-21/488 «О наполнении Навигатора дополнительного образования детей»;
- Постановление главного санитарного врача от 04.07.2014 № 41 «Об утверждении СанПиН 2.4.4.3172-14 "Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей",
- Устав МБОУ «Нойкинская СОШ»;
- Положение о дополнительном образовании обучающихся МБОУ «Нойкинская СОШ».

#### 1.2. Уровень освоения программы

- Стартовый уровень (предполагает использование и реализацию общедоступных и универсальных форм организации материала, минимальную сложность предлагаемого для освоения материала).

#### 1.3. Актуальность программы.

Изменение информационной структуры общества требует нового подхода к формам работы с детьми. Получили новое развитие средства информации: глобальные компьютерные, телевидение, радио, мобильные 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» тем для рефератов 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 Медиа класса, 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 медиа класс — 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, показать публично результаты своей работы.

Важная особенность работы состоит в том, что она является коллективной 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 медиа класса:

- 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.

1.4. 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 еще один из элементов новизны данной программы.

1.5. Одна из особенностей программы «Медиа класс» – ее практико-ориентированный характер. Обучающиеся 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.

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

- фотосъемка проводимых в школе мероприятий (семинаров, конференций и т.п.) 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 видеопроектам, медийное сопровождение школьных праздников, видеозапись и т.д.;
- проведение в школе видеоконференций через Интернет и по другим каналам связи (Icq, Skype, Sony Vegas, Adobe Premiere pro, Avid);

1.6. Адресат программы: учащиеся 11-15 лет.

1.7. Объем и сроки освоения программы

Дополнительная образовательная программа рассчитана на один год обучения, количество учебных часов 102 (3 часа в неделю).

1.8. Формы организации образовательного процесса

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Медиа класс» нацелена на творческую самореализацию учащихся общеобразовательной школы. 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 в школьной группе в социальной сети и видеороликов;
- конкурс анонсов, афиш;
- конкурс видеороликов;
- мастер-классы, дискуссии для юных журналистов;
- контрольные: прием видеороликов и другой медиапродукции.

1.9. Режим занятий

Занятия учебной группы проводятся 2 раза в неделю по 1,5 часа (102 часа) по вторникам и пятницам, включая каникулы.

## **2. Цель и задачи программы**

*Цель программы:*

Создание единого образовательного пространства для успешной социализации личности учащегося в условиях современных информационных технологий.

Создание условий для творческой самореализации учащихся через включение детей в процесс получения и обработки информации.

*Задачи программы:*

Образовательные:

1. Организовать деятельность школьного Медиа класса – 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.

### 3. Содержание программы

#### 3.1. Учебный план

| № п/п | Название раздела, темы                     | Количество часов |        |          | Формы аттестации/ контроля                             |
|-------|--|------------------|--------|----------|--|
|       |  | всего            | теория | практика |  |
| 1     | Введение. Я и медиапространство            | 5                | 4      | 1        | Ролик-презентация                                      |
| 2.    | Информационные и мультимедийные технологии | 5                | 4      | 1        | Медиастатья  |
| 3     | Медиапрограммы                             | 10               | 8      | 2        | Презентация проекта «Мой герой»                        |
| 4.    | Источники информации                       | 10               | 8      | 2        | Защита групповых работ                                 |
| 5.    | Практика речи                              | 7                | 6      | 1        | Тестирование «Речевая грамотность»                     |
| 6.    | Жанровое разнообразие                      | 10               | 8      | 2        | Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить»        |
| 7     | «Медиаобразование на материале рекламы»    | 5                | 4      | 1        | Создание рекламного текста                             |
| 8     | Модели медиаобразования                    | 10               | 8      | 2        | Проведение медиаобразовательного занятия в 1-4 классах |
| 9     | Фотография                                 | 10               | 8      | 2        | Выставка фотопроектов                                  |
| 10    | Компьютерная графика                       | 10               | 8      | 2        | создание афиши или трейлера для школьного мероприятия  |

|    |   |     |    |    |   |
|----|---|-----|----|----|---|
| 11 | Звукозапись                             | 5   | 4  | 1  | Создание рекламного ролика                                |
| 12 | «Медиаобразование на материале рекламы» | 5   | 4  | 1  | Любой медиапродукт на своей странице в «ВКонтакте»        |
| 13 | Интернет-среда. Современные СМИ         | 5   | 4  | 1  | Собственный медиапродукт на личной странице в «ВКонтакте» |
| 14 | Итоговый контроль                       | 5   |    | 5  | Защита проектных работ                                    |
|    | Итого                                   | 102 | 78 | 24 |   |

### 3.2. Содержание программы

#### 1. Введение. Я и медиaprостранство (5 часов)

Вводное занятие. Инструктаж по ТБ. Знакомство. Откуда люди узнают о том, что происходит в их селе, стране, в мире.

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

Новостная редакция. Кто есть кто? Знакомит с составом редакции, функционалом. Минитест 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, развлекаем». Игра-презентация своего коллектива.

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

#### Информационные и мультимедийные технологии (5 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. Стиль 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.

### **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 понятия «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.

### **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 мультимедийный 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. Импортирование 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.

### **Практика речи (7 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

### **Жанровое разнообразие (10 часов)**

Основы операторского мастерства. Основы современной ТВ-ой 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.

### **«Медиаобразование на материале рекламы» (5 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.

#### **Модели медиаобразования (10 часов)**

Вводное занятие. Примерные модели медиаобразования: образовательно-информационные (изучение теории и истории, языка медиакультуры и т.д.); воспитательно-этические (рассмотрение моральных, философских проблем на материале медиа); практико-утилитарные (изучение различной медиатехники с целью последующих фото/видеосъемок, создания интернетных сайтов и т.д.); эстетические (ориентированные прежде всего на развитие художественного вкуса и анализ лучших произведений медиакультуры).

Основы медиаобразовательных технологий. Развитие полноценного восприятия на материале медиакультуры (модель, методические приемы и т.д.), критерии развития аудитории в области медиакультуры. Модульность медиаобразовательных технологий.

Изучение «литературно-имитационных» медиаобразовательных занятий. Технология организации и проведения. Написание оригинального минисценария произведения медиакультуры (например, рассчитанного на 3-5 минут экранного действия, осуществимого в практике учебной видеосъемки);

Изучение «театрализованно-ситуативных» медиаобразовательных занятий. Технология ролевой (деловой) «театрализованно-ситуативной» игры: распределение между учащимися ролей «журналистов», «режиссеров», «операторов», «дизайнеров», «актеров» минисценариев и сценарных эпизодов, ведущих и участников «телепередач» и пр.;

репетиционный период и практическое создание медиатекста. Сравнение и обсуждение полученных у «команд» результатов.

Изучение интегрированных медиаобразовательных занятий. Типы творческих «изобразительно-имитационных» заданий: создание рекламных афиш собственного медиатекста (вариант: афиши к профессиональным медиатекстам) с помощью фотоколлажа с дорисовками, либо основанных на оригинальных собственных рисунках; создание рисунков и коллажей на тему российских произведений медиакультуры; создание рисованных «комиксов» по мотивам тех или иных медиатекстов, рассчитанных на определенную возрастную аудиторию.

**Текущий контроль:** проведение медиаобразовательных занятий в 1-5 классах. Возможности использования ролевых игр, эвристических и проблемных подходов в дисциплины обязательного цикла (таких как история, литература, география, биология, музыка).

### **Фотография (10 часов)**

Для чего люди снимают фотографии? О чем может рассказать фотография. Фотографии – застывшее мгновение.

Какие бывают фотографии. Фотографии семейные и фотографии в газетах, журналах, книгах - чем они отличаются. Особенности фотожанров.

Фотография и картина - чем они отличаются. Сравнительный анализ репродукций портретов и фотопортрета. Составление таблицы сравнений. Искусство портретной съемки.

Секреты выразительности фотопортрета. Практическое занятие по теме портрет.

Работа с фотографией. Из чего состоит фотоаппарат и как он работает? Правила фотосъемки. Фокусировка. Экспозиция. Выдержка. Диафрагма. Обращение с фотокамерой, техника при работе с фотокамерой. Практическое задание: предметная фотосъемка - Съемка еды

Программы по обработке фотографий. Основы Photoshop. Цифровая обработка фотографий. Тренинг Редактирование фотографий-пробников.

Задание на дом: создание фоторепортажа. Жанр “Репортаж”. Практическое занятие по теме репортаж. Подготовка фотографий к фотовыставке.

**Текущий контроль:** выставка фотопроектов.

### **Компьютерная графика (10 часов)**

Назначение графических редакторов. Растровая графика. В чем различия между растровыми редакторами Corel Photo-Paint и Adobe Photoshop? Объекты растрового редактора.

Инструменты графического редактора Paint.Net: Панель Инструменты, Панель Палитра, Панель Слои, Панель Журнал; объекты растрового редактора (точка, линия, замкнутая область, изображение). Основные действия с объектами. И возможности инструментов графического редактора.

Создание и редактирование рисунка с текстом. Как сделать фигуру привлекательной. Цветовое решение. Масштабирование. Практикум по созданию Афиши, анонса.

Назначение графических редакторов. Векторная графика. Объекты векторного редактора. Инструменты графического редактора. Создание и редактирование рисунка с текстом.

Изучение программ Picture Manager, Paint.NET, Movavi Photo Editor и др. Практикум. Сканирование рисунков, фотографий. Обработка изображений с помощью программ.

Работа с программой Adobe Photoshop. Знакомство с Adobe Photoshop: Изучение строки меню и меню файл и редактирование. Общая коррекция изображений. Редактирование фотографий-пробников. Наложение слоёв на фотографии-пробники.

Основы оформительской работы. Понятие о коллаже. Цифровой фотомонтаж изображений.

**Текущий контроль:** создание афиши или трейлера для школьного мероприятия.

### **Звукозапись (5 часов)**

Где используется звукозапись? Что называется информацией? Работа с понятиями: текстовая информация, графическая информация, числовая информация, звуковая информация, видеоинформация. Прослушивание в звукозаписи стихов, сказок, песен для детей, музыки из мультипликационных фильмов.

Игра-драматизация под звукозапись. Сочинение сказки методом «Сказка переехала» «Старая сказка с новым концом». Придумывание истории или сказки по сюжетным картинкам. Инсценировки детских сочинений. Собственные действия исполнителя роли. Использование разных видов театра. Слушание радиопередач для детей.

Развитие внимания к звуковой среде. Звук как слагаемое художественного образа на экране. Модификация системы Dolby Digital. Основные системы звука, область применения и их принципиальные отличия. Место и значение звука при создании экранного произведения. Искусственное создание естественного звука.

Внутрикадровая и закадровая музыка – в чем разница и особенности. Единство музыкального решения. Единство стиля музыкального решения.

Практика: Анализ музыкального решения просмотренной передачи по таблице критериев.

Шумы в фонограмме передач. Шумы, помимо иллюстрации звуковой предметности кадра, выполняют сюжетно-драматургическую функцию, активно участвуя в формировании атмосферы фильма. Звуковые планы. Акустическая атмосфера. Звуковые эффекты в Sony Vegas.

Практика: озвучение видеоматериалов. Компьютерная обработка звука на компьютере.

Задание на дом: собственная творческая деятельность (записать радиопередачи, озвучивание видеофрагмента, запись интервью – на выбор).

**Текущий контроль: круглый стол по разбору ошибок в творческих работах.**

### **«Медиаобразование на материале рекламы» (5 часов)**

Жанровая и методологическая особенность рекламы. Жанры рекламы и их разновидность. Методы: внушение, убеждение, повторяемость.

Коммуникативный эффект рекламного текста. Понятие «коммуникация». Реклама как способ сообщения различной информации. Какая информация передается с помощью рекламы и как на нее реагировать? Телевидение – средство передачи информации. Можно или нет смотреть телевизор людям?

Реклама в жизни современных школьников. Анализ различных рекламных текстов и их воздействие на жизнь, досуг, обучение, развитие современных школьников.

Взаимодействие рекламы и культуры. Разнообразие рекламных роликов, их доступность, содержание. Понятие культуры рекламного текста. Требования к содержанию текста рекламы. Понятие «возрастная реклама». Формирование возрастных групп для просмотра и создания рекламного медиатекста.

Понятие, сущность и характеристика информационного и манипулятивного воздействия, психологических манипуляций. Социально-экономические и политические факторы, определяющие массовое распространение психологических манипуляций (исторический и современный аспекты).

Информационно-психологическая безопасность личности.

Понятие, сущность и характеристика информационно-психологического воздействия, информационно-психологической безопасности личности и других социальных субъектов, их взаимосвязь.

Междисциплинарный характер проблемы информационно-психологической безопасности личности, предпосылки актуализации проблемы. Угрозы информационно-психологической безопасности личности и их основные источники.

**Текущий контроль:** создание рекламного ролика.

### **Интернет-среда. Современные СМИ (5 часов)**

Отличие интернет-изданий от прочих. Понятие WEB 2.0. Примеры рубрик веб-газеты Ytube, INSTAGRAM, VK, Facebook особенности этих ресурсов. Коллективное взаимодействие в современных информационных системах. Инструменты создания информационных объектов для Интернета.

Публичное лицо – минусы и плюсы. Стиль и манера поведения на публике. Анализ поведения известных личностей.

Профессия – блоггер. Кто это? Оригинальность и полезность. Разработка концепции и названия канала на YouTube. Основные этапы производства видеопродукта

Проектная деятельность. Сбор материала. Посещение общешкольного мероприятия в качестве спецкоров. Создание поста для ВК

Написание интернет-статьи. Сколько задач может решать одна-единственная статья. Актуален ли для статей принцип "слоеного пирога". Заголовок и вводный абзац - как написать? 11 способов начать статью. Корректировка текста. Газетный стиль, его специфика.

Работа на ПК. Назначение специальных систем для работы в глобальной сети. Работа в интернете ([WWW.YANDEX.RU](http://WWW.YANDEX.RU) и ее возможности). Просмотр материалов.

Заметка на дискуссионную тему. Формирование умения работать с текстами публицистического стиля через анализ их жанровых особенностей. Создание Интернет-опроса.

Задание на дом: публикация на своей соц-странице поста. Анализ охвата аудитории, популярности информации

**Текущий контроль:** собственный медиапродукт на личной странице в «ВКонтакте».

**Итоговый контроль (5 часов)**

Творческий проект. Индивидуальные консультации по авторской работе. Подведение итогов занятия за год.

**Итоговый контроль:** Защита проектных работ.

### 3.3. Комплекс организационно-педагогических условий

#### Календарный учебный график

| № п/п | Тема занятия  | Форма контроля | Дата |
|-------|---|----------------|------|
| 1     | <b>Введение. Я и медиaprостранство.</b> Инструктаж по ТБ.           |                |      |
| 2     | Откуда люди узнают о том, что происходит в их селе, стране, в мире. |                |      |
| 3     | Новостная редакция. Кто есть кто?                                   |                |      |
| 4     | Интерактивная игра: Строим ньюс-рум.                                |                |      |
| 5     | Что такое ньюс-рум.   | Проект         |      |
| 6     | <b>Информационные и мультимедийные технологии</b>                   |                |      |
| 7     | Классификация технологий по типам телевидения.                      |                |      |
| 8     | Типы информации   |                |      |
| 9     | Форматы. История смены формата.                                     |                |      |
| 10    | Информационные поводы. Конвейер новостей, что это такое.            | Проект         |      |
| 11    | <b>Медиапрограммы.</b> Этапы создания телепередач                   |                |      |
| 12    | Телевизионные жанры. Специфика регионального телевидения.           |                |      |
| 13    | Особенности детской тележурналистики.                               |                |      |
| 14    | «Развлекательная программа», их разновидности, особенности.         |                |      |
| 15    | Принцип построения ток-шоу.   |                |      |
| 16    | Жанры журналистики: репортаж, интервью.                             |                |      |
| 17    | Характеристика информационных жанров.                               |                |      |
| 18    | Алгоритм построения статьи в жанре «интервью», «репортаж».          |                |      |

|    |  |        |  |
|----|--|--------|--|
|    | Эффект присутствия.  |        |  |
| 19 | Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...».   |        |  |
| 20 | Новостной проект (ищем героев).  | Проект |  |
| 21 | <b>Источники информации</b>  |        |  |
| 22 | Запись выпусков новостей. Новостные сюжеты.  |        |  |
| 23 | Критерии отбора новостей. Вёрстка новостного выпуска.  |        |  |
| 24 | Репортажи. Цели и особенности. Активное слушание.  |        |  |
| 25 | Коммуникативные техники. Подготовка вопросов для интервью. Требования к вопросу.   |        |  |
| 26 | Взаимодействие журналиста и оператора при съёмке репортажа.  |        |  |
| 27 | Монтажные программы «CoolEditPro» и «SoundForge»   |        |  |
| 28 | Тренажеры репортажей. Создание титров и заставок.  |        |  |
| 29 | Эффекты перехода, использование функций.   |        |  |
| 30 | Композиция кадра. Импортирование видеофайлов на компьютер. Основные правила и меры безопасности при обращении с компьютером. | Проект |  |
| 31 | <b>Практика речи</b>   |        |  |
| 32 | Сущность слова. Слово и понятие.   |        |  |
| 33 | Многозначность слова.  |        |  |
| 34 | Составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа   |        |  |
| 35 | Учимся говорить грамотно, а писать правильно.  |        |  |
| 36 | Личный список слов-ошибок  |        |  |
| 37 | Интерактивная игра «Как не делать репортаж»  | Проект |  |
| 38 | <b>Жанровое разнообразие</b>   |        |  |
| 39 | Основы операторского мастерства.   |        |  |
| 40 | Взаимодействие оператора и журналиста  |        |  |
| 41 | Как делать телеэссе, зарисовку, телепутешествие.   |        |  |
| 42 | Композиция телевизионного сюжета.  |        |  |
| 43 | Типы и элементы телевизионных сюжетов.   |        |  |
| 44 | Основы работы с видео камерой.   |        |  |
| 45 | Устройство цифровой видеокамеры.   |        |  |
| 46 | Основные правила видеосъёмки.  |        |  |
| 47 | Принципы монтажа видеоряда.  | Проект |  |
| 48 | <b>«Медиаобразование на материале рекламы».</b> История возникновения и развития рекламы.                                    |        |  |
| 49 | Классификация рекламы.   |        |  |
| 50 | Особенности функционального назначения рекламных текстов.  |        |  |
| 51 | Лингвистические особенности рекламных текстов:   |        |  |
| 52 | Специфика отбора языковых средств для рекламных текстов.   | Проект |  |
| 53 | <b>Модели медиаобразования</b>   |        |  |
| 54 | Примерные модели медиаобразования  |        |  |
| 55 | Основы медиаобразовательных технологий.  |        |  |
| 56 | Модульность медиаобразовательных технологий.   |        |  |
| 57 | Технология организации и проведения.   |        |  |
| 58 | Технология ролевой (деловой) «театрализованно-ситуативной» игры  |        |  |
| 59 | Сравнение и обсуждение полученных у «команд» результатов.  |        |  |
| 60 | Изучение интегрированных медиаобразовательных занятий.   |        |  |

|     |  |          |  |
|-----|--|----------|--|
| 61  | Типы творческих «изобразительно-имитационных» заданий  |          |  |
| 62  | Создание рисованных «комиксов»   | Проект   |  |
| 63  | <b>Фотография.</b> Для чего люди снимают фотографии?   |          |  |
| 64  | О чем может рассказать фотография.   |          |  |
| 65  | Какие бывают фотографии.   |          |  |
| 66  | Особенности фотожанров.  |          |  |
| 67  | Фотография и картина – чем они отличаются.   |          |  |
| 68  | Искусство портретной съемки.   |          |  |
| 69  | Программы по обработке фотографий.   |          |  |
| 70  | Цифровая обработка фотографий.   |          |  |
| 71  | Подготовка фотографий к фотовыставке.  |          |  |
| 72  | Текущий контроль: выставка фотопроектов.   | Выставка |  |
| 73  | Компьютерная графика   |          |  |
| 74  | Назначение графических редакторов.   |          |  |
| 75  | Объекты растрового редактора.  |          |  |
| 76  | Инструменты графического редактора Paint.Net   |          |  |
| 77  | Создание и редактирование рисунка с текстом.   |          |  |
| 78  | Назначение графических редакторов.   |          |  |
| 79  | Изучение программ Picture Manager, Paint.NET, Movavi Photo Editor и др.  |          |  |
| 80  | Работа с программой Adobe Photoshop.   |          |  |
| 81  | Основы оформительской работы. Понятие о коллаже.   |          |  |
| 82  | Цифровой фотомонтаж изображений.   | Проект   |  |
| 83  | <b>Звукозапись.</b> Где используется звукозапись?  |          |  |
| 84  | Что называется информацией?  |          |  |
| 85  | Работа с понятиями: текстовая информация, графическая информация, числовая информация, звуковая информация, видеоинформация. |          |  |
| 86  | Придумывание истории или сказки по сюжетным картинкам.   |          |  |
| 87  | Развитие внимания к звуковой среде. Единство стиля музыкального решения.   | Проект   |  |
| 88  | <b>«Медиаобразование на материале рекламы»</b>   |          |  |
| 89  | Жанровая и методологическая особенность рекламы.   |          |  |
| 90  | Жанры рекламы и их разновидность.  |          |  |
| 91  | Телевидение – средство передачи информации.  |          |  |
| 92  | Взаимодействие рекламы и культуры.   | Проект   |  |
| 93  | <b>Интернет-среда. Современные СМИ</b>   |          |  |
| 94  | Отличие интернет-изданий от прочих. Понятие WEB  |          |  |
| 95  | Инструменты создания информационных объектов для Интернета.  |          |  |
| 96  | Публичное лицо – минусы и плюсы. Стил ь и манера поведения на публике.   |          |  |
| 97  | Профессия – блоггер. Кто это?  |          |  |
| 98  | Проектная деятельность. Сбор материала.  |          |  |
| 99  | Написание интернет-статьи.   |          |  |
| 100 | Творческий проект.   | Проект   |  |
| 101 | Творческий проект.   | Проект   |  |
| 102 | Итоговый контроль. Подведение итогов занятия за год. Защита проектных работ.   | Проект   |  |

### **3.4. Планируемые результаты**

**Личностные результаты** программы по социально-гуманитарному направлению «Медиа класс»:

- 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 учащимся 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.

#### 4. Условия реализации программы

В программу принимаются дети в возрасте 11-15 лет, проявляющие интерес к журналистике, информатике, фотографированию. Необходимо наличие желания познавать новое, быть все время в курсе всех новостей, коммуникабельными.

Наличие отдельного кабинета, наличие ПК с установленными программами Movavi Photo Editor, Sony Vegas, Picture Manager, Paint.Net, Corel Photo-Paint, Photoshop и др., видео- и фотоаппаратуры, видеоматериалов, обучающих роликов.

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 детей 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.

#### 5. Материально-методическое обеспечение.

Электронные учебники и электронные учебные пособия

Методическая литература

Программы Movavi Photo Editor, Sony Vegas, Picture Manager, Paint.Net, Corel Photo-Paint, Photoshop и др.

Инструкции по технике безопасности

Таблицы, схемы, фотоматериалы

Электронные учебно-наглядные пособия, в т.ч. компьютерные презентации, видеоролики

| <b>Помещения и оборудование</b> | <b>Количество, шт.</b>            |
|---------------------------------|-----------------------------------|
| Кабинет                         | 1                                 |
| Компьютер                       | По возможности компьютерный класс |
| Стул                            | 10                                |
| Стол                            | 5                                 |

|                         |   |
|-------------------------|---|
| Ноутбук                 | 5 |
| Мультимедийный проектор | 1 |
| Видеокамера             | 1 |
| Колонки                 | 1 |

#### 6. **Формы аттестации**

В ходе реализации программы оценка ее эффективности осуществляется в рамках текущего, промежуточного, итогового контроля. Педагог использует различные способы диагностики: наблюдение, собеседование, зачётные задания и т.д.

**Текущий контроль** осуществляется в течение учебного года в форме тестирования, публичных демонстраций своих медиаработ, выполнения групповых заданий.

**Промежуточный контроль** для определения результативности обучающихся педагогом проводится конкурс проектных работ на свободную или заданную тему.

**Итоговый контроль** осуществляется по окончании прохождения всей программы в форме публичной защиты своей проектной работы, а также обучающимся объединения засчитываются результаты итогового контроля при наличии документов, подтверждающих призовые места муниципальных, региональных, всероссийских и международных конкурсов.