

**Комитет по образованию администрации
Всеволожского муниципального района
Ленинградской области**

Муниципальное общеобразовательное бюджетное учреждение
«Средняя общеобразовательная школа
«Муринский центр образования №4»

ПРИНЯТА

Педагогическим советом
от «09» июля 2024 года
Протокол № 13

УТВЕРЖДЕНА

Приказом директора
МОБУ «СОШ «Муринский ЦО №4»
От « 09 » июля 2024 года № 336-ОД
_____ К.Е. Белов

**Дополнительная общеобразовательная
общеразвивающая программа
«Школьные массмедиа»**

Автор-составитель Щербина Алла Владимировна
Педагог дополнительного образования

Направленность: социально-гуманитарная

Уровень: базовый

Возраст детей, осваивающих программу 13-18 лет

Срок реализации программы: 1 год (72 часа)

г. Мурино
2024 – 2025 учебный год

Программа прошла внутреннюю экспертизу и рекомендована к реализации в Муниципальном общеобразовательном бюджетном учреждении «СОШ «Муринский центр образования №4.

Экспертное заключение (рецензия) № 1 от «05» июля 2024г. Эксперт Марова А.О. методист

1.1. Пояснительная записка

Настоящая дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа разработана в соответствии с современными требованиями к проектированию дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ и относится к социально-гуманитарной направленности.

- ✓ - Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» в действующей редакции;
- ✓ - Федерального закона от 10.01.2002 № 7-ФЗ «Об охране окружающей среды»;
- ✓ - Указа Президента РФ от 07.05.2018 № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» в действующей редакции;
- ✓ - Постановления Правительства Российской Федерации от 26.12.2017 № 1642 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие образования»;
- ✓ - Распоряжения Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. N 996-р г. Москва «Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года»;
- ✓ - Распоряжения Правительства Российской Федерации от 31.03.2022 г. N 678-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 года»;
- ✓ - Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»;
- ✓ - Постановления Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28 сентября 2020 года № 28 «Об утверждении

СанПиН 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;

✓ - Устава МОБУ СОШ «Муринский центр образования №4»;

✓ - Положения о дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программах, реализуемых в МОБУ СОШ «Муринский центр образования №4»;

✓ Другими нормативными правовыми актами Российской Федерации (в действующей редакции), регламентирующими деятельность организаций, осуществляющих образовательную деятельность.

Актуальность программы

Мультимедийная журналистика – это представление информации с помощью различных медийных элементов: текста, фотографий, аудио, видео, графики, анимации и других производных от них форм. Использование современных технических средств позволяет не только оперативно подать эксклюзивный материал, но и «упаковать» его так, чтобы улучшить восприятие, запоминание и понимание информации.

Актуальность программы состоит в том, что она соответствует социальному заказу детей и родителей. Один из элементов образовательной и воспитательной системы школы является организация работы школьного медицентра, как структуры единого информационного пространства образовательной организации и средства развития творческой активности учащихся. Предполагается, что учащийся одновременно получает профессиональные навыки теоретической и практической направленностей, которые он сможет применять в своей школе, повседневной жизни и будущей профессии.

Журналистская деятельность имеет большой образовательный потенциал, дает возможность ребенку вырабатывать и свободно выражать собственное мнение. Такой род деятельности выходит за пределы задачи простой передачи

сообщения, так как не допускает использование готового опыта, не дает возможность просто транслировать полученный объем знаний, а предполагает самостоятельное воплощение идеи, замысла и своего видения проблемы, согласно своей жизненной позиции. Словесное творчество, характерное для журналистской деятельности, затрагивает глубину мышления, тонкость чувств, видение мира. Обучение журналистике определяет не только знания, но и характер ребенка. Воспитательный потенциал журналистики проявляется в формировании определенных умений, нравственных убеждений, коммуникативного опыта, жизненной активности.

Программа позволяет ребёнку освоить компьютерные программы, которые расширят возможности обучающихся при представлении видеороликов широкой публике. Снимая фильмы, дети открывают для себя новый мир, получают информацию о людях и жизни нашего населенного пункта, становятся активными, коммуникабельными, общительными. Настоящая программа даёт возможность ребёнку научиться, не только фотографировать, снимать видеофильмы, монтировать и озвучивать их, но и самостоятельно определять проблему его работы, тему фильма, видеть прекрасное и уметь показывать его окружающим.

Программа представляет собой один из вариантов решения задач медиаобразования старшеклассников в условиях учреждения дополнительного образования детей.

За концептуальную основу программы принято определение ЮНЕСКО: «Медиаобразование – направление в образовании с помощью и на материале средств массовой коммуникации (медиа), с целью формирования культуры общения с медиа, развития творческих, коммуникативных способностей, критического мышления, умений интерпретации, анализа и оценки медиатекстов; обучения различным формам самовыражения при помощи медиатехники». Предметом медиаобразования выступает умение обращаться с медиатекстами (печатными, устными, визуальными, аудиовизуальными) и средствами коммуникации, транслирующими их.

Отсюда следует, что формирование знаний о современных средствах массовой коммуникации и умений работать с ними, умение адекватно воспринимать информацию СМИ становится важной частью всестороннего образования подростков и молодёжи. Сегодня говорят о необходимости формирования в процессе медиаобразования определенной медиакультуры современного человека, которая включает в себя культуру передачи информации и культуру ее восприятия. В этом и заключается основная подготовка подрастающего поколения к жизни в информационном пространстве.

В этом контексте медиаобразование – это развитие личности, в плане её способности воспринимать, анализировать, оценивать медиатекст, усваивать новые знания в области медиа, заниматься творчеством на стыке техники и искусства.

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.

Практическая значимость

Одна из особенностей программы «Школьные массмедиа» - 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 медиацентра 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);

Адресат программы

Программа рассчитана на детей от 13 до 18 лет. Срок реализации программы – 1 год.

1.2. Цель и задачи программы

Цель программы – содействие развитию медиаобразования учащихся посредством их знакомства с деятельностью в сфере информационно-медийного направления, а также создание условий для развития творческих и интеллектуальных способностей личности посредством овладения технологиями средств массовой информации.

Задачи:

- научить создавать социально значимую информационную продукцию в различных форматах: текст, фото, графика, видео, аудио;
- выработать навыки ориентирования в современном информационном и культурно-образовательном пространстве;
- привить начальные навыки анализа печатных и электронных СМИ;
- содействовать развитию логического мышления и памяти;
- развивать умение анализировать, обобщать, систематизировать и классифицировать;
- содействовать развитию внимания, речи, коммуникативных способностей;
- развивать умение принимать нестандартные решения в процессе поиска интересной темы;
- способствовать формированию адекватной самооценки и оценки окружающих;
- способствовать формированию чувства ответственности как необходимого качества для успешной работы в команде;
- расширять представления учащихся в области теории и терминологии массмедиа, языка и форм средств массовой коммуникации;
- создавать условия для освоения учащимися практических навыков создания медиапродуктов в различных форматах, а также стимулировать социальную активность учащихся;
- активизировать стремление учащихся к самообразованию в данной сфере.

Программа направлена на развитие умений учащихся ответственно, творчески и критически адаптироваться в информационном обществе и владеть различными формами творческого самовыражения при помощи современных коммуникационных технологий. Известный теоретик медиаобразования И.В. Жилавская так понимает практическое значение знакомства подростков со сферой медиа: «Работая над ученическими материалами газет, текстами для теле- и радиопрограмм, комментируя статьи профессионалов на сайтах СМИ, подростки, молодежь учатся вырабатывать

самостоятельность мышления путем сравнения различных источников информации, фактов и мнений, им прививается культура диалога, способность услышать аргументы оппонента.

Информация о количестве учебных часов

В соответствии с учебным планом отделения дополнительного образования МОБУ «СОШ «Муринский ЦО №4» на 2024-2025 учебный год рабочая программа курса «Школьные массмедиа» для 7-11 классов рассчитана на 72 часа (из расчета 2 часа в неделю).

Общая характеристика программы

Программа проводится очно. Организационные формы обучения: групповые и индивидуальные.

Отличительной особенностью программы является использование в качестве основной технологии – технологии проектной деятельности, в частности реализация медиаобразовательных проектов. Под медиаобразовательным проектом (медиапроектом) понимается медиаобразовательная деятельность, в определённый период времени, направленная на создание конкретного, уникального медиапродукта – газеты, журнала, Интернет-сайта и т.д. Приоритетной целью медиапроекта является развитие способностей учащихся к продуктивной самостоятельной творческой деятельности в современной информационно среде.

1.3. Содержание программы

Учебный план

№ п/п	Название раздела, темы	Количество часов			Формы аттестации/ контроля
		всего	теория	практика	
		о	я	а	

1	Введение. Я и медиaproстранствo	10	5	5	ролик-презентация
2.	Информационные и мультимедийные технологии	6	2	4	медиастатья
3	Медиапрограммы	7	3	4	презентация проекта «Мой герой»
4.	Источники информации	9	3	6	Защита групповых работ
5.	Практика речи	10	5	5	тестирование «Речевая грамотность»
6.	Жанровое разнообразие	4	2	2	Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить»
7	«Медиаобразование на материале рекламы»	9	4	5	создание рекламного текста
8	Фотография	5	2	3	выставка фотoproектов
9	Компьютерная графика	3	1	2	создание афиши или трейлера для школьного мероприятия
10	Звукозапись	4	2	2	создание рекламного ролика
11	Итоговый контроль	5	1	4	защита проекта
	Итого:	72	30	42	

1. Введение. Я и медиапространство (10 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. 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 публицити, 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 (7 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 (9 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. 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». Видеосъемка 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, находящиеся 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 (4 часа)

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.

7.Медиаобразование на материале рекламы (9 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.

8.Фотография (5 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.

9.Компьютерная графика (3 часа)

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.

10.Звукозапись (4 часа)

Где используется звукозапись? Что называется информацией? Работа с понятиями: текстовая информация, графическая информация, числовая информация, звуковая информация, видеoinформация. 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.

11.Итоговый контроль (5 часов)

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

Итоговый контроль: Защита проектных работ.

1.4.Планируемые результаты освоения ДООП

Личностные:

- развитие познавательной активности к журналистике;
- развитие ценностной ориентации обучающихся;
- развитие навыков работы в команде;
- воспитание культуры межличностных взаимоотношений;

Метапредметные:

- вовлечение учащихся в общественную жизнь школы;
- развитие навыков поиска необходимой информации для выполнения творческих заданий;
- развитие навыков публичного выступления – презентации;

Предметные:

- базовые навыки интервьюирования;
- навыки сбора и проверки информации;
- навык фотосъемки с последующей обработкой материала;
- базовые навыки видеосъемки с последующим видеомонтажом;
- базовые навыки звукозаписи, обработка звукозаписей и аудиомонтажа;
- практические навыки работы в программах обработки графики и видео.

Результатами реализации программы можно считать:

- сформированное представление учащихся об основных понятиях, принципах и способах работы масс-медиа;
- понимание учащимися специфики и психологии деятельности средств массовой коммуникации;
- способность учащихся ориентироваться в мире медиа;
- динамика в освоении учащимися навыков работы с медиатекстами, способов выражения собственной позиции, критического анализа медиасообщений;
- владение определенным уровнем коммуникативных и социальных навыков, самостоятельности в творческом выражении посредством медиаресурсов;
- сформированность творческого объединения с благоприятным творческим и психологическим климатом.
-

1.5. Календарный учебный график

Дата начала и окончания реализации программы	С 1 сентября по 31 мая
Количество учебных часов	72
Сроки аттестации:	
Промежуточная	14-25 декабря
Итоговая	17-25 мая

Календарно-тематическое планирование

№ п/п	Название раздела, темы		Дата по плану	Дата по факту
		Кол-во часов		
1	Введение. Я и медиапространство	1	Сентябрь 1 неделя	
2	Введение. Я и медиапространство	1	Сентябрь 1 неделя	
3	Введение. Я и медиапространство	1	Сентябрь 2 неделя	
4	Введение. Я и медиапространство	1	Сентябрь 2 неделя	
5	Введение. Я и медиапространство	1	Сентябрь 3 неделя	
6	Введение. Я и медиапространство	1	Сентябрь 3 неделя	
7	Введение. Я и медиапространство	1	Сентябрь 4 неделя	
8	Введение. Я и медиапространство	1	Сентябрь 4 неделя	
9	Введение. Я и медиапространство	1	Октябрь 1 неделя	
10	Введение. Я и медиапространство	1	Октябрь 1 неделя	

11	Информационные и мультимедийные технологии	1	Октябрь 2 неделя	
12	Информационные и мультимедийные технологии	1	Октябрь 2 неделя	
13	Информационные и мультимедийные технологии	1	Октябрь 3 неделя	
14	Информационные и мультимедийные технологии	1	Октябрь 3 неделя	
15	Информационные и мультимедийные технологии	1	Октябрь 4 неделя	
16	Информационные и мультимедийные технологии	1	Октябрь 4 неделя	
17	Медиапрограммы	1	Ноябрь 1 неделя	
18	Медиапрограммы	1	Ноябрь 1 неделя	
19	Медиапрограммы	1	Ноябрь 2 неделя	
20	Медиапрограммы	1	Ноябрь 2 неделя	
21	Медиапрограммы	1	Ноябрь 3 неделя	
22	Медиапрограммы	1 Объединение урока	Ноябрь 3 неделя	
23	Медиапрограммы			
24	Источники информации	1 Объединение урока	Ноябрь 4 неделя	
25	Источники информации			
26	Источники информации	1	Ноябрь 4 неделя	

27	Источники информации	1	Декабрь 1 неделя	
28	Источники информации	1	Декабрь 1 неделя	
29	Источники информации	1	Декабрь 2 неделя	
30	Источники информации	1	Декабрь 2 неделя	
31	Источники информации	1	Декабрь 3 неделя	
32	Источники информации	1	Декабрь 3 неделя	
33	Практика речи	1	Декабрь 4 неделя	
34	Практика речи	1	Декабрь 4 неделя	
35	Практика речи	1	Январь 2 неделя	
36	Практика речи	1	Январь 2 неделя	
37	Практика речи	1	Январь 3 неделя	
38	Практика речи	1	Январь 3 неделя	
39	Практика речи	1	Январь 4 неделя	
40	Практика речи	1	Январь 4 неделя	
41	Практика речи	1	Февраль 1 неделя	
42	Практика речи	1	Февраль 1 неделя	
43	Жанровое разнообразие	1	Февраль 2 неделя	

44	Жанровое разнообразие	1	Февраль 2 неделя	
45	Жанровое разнообразие	1	Февраль 3 неделя	
46	Жанровое разнообразие	1	Февраль 3 неделя	
47	Медиаобразование на материале рекламы	1	Февраль 4 неделя	
48	Медиаобразование на материале рекламы	1	Февраль 4 неделя	
49	Медиаобразование на материале рекламы	1	Март 1 неделя	
50	Медиаобразование на материале рекламы	1	Март 1 неделя	
51	Медиаобразование на материале рекламы	1	Март 2 неделя	
55	Медиаобразование на материале рекламы	1	Март 2 неделя	
53	Медиаобразование на материале рекламы	1	Март 3 неделя	
54	Медиаобразование на материале рекламы	1	Март 3 неделя	
55	Медиаобразование на материале рекламы	1	Март 4 неделя	
56	Фотография	1	Март 4 неделя	
57	Фотография	1	Апрель 1 неделя	
58	Фотография	1	Апрель 1 неделя	
59	Фотография	1	Апрель 2 неделя	
60	Фотография	1	Апрель 2 неделя	

61	Компьютерная графика	1	Апрель 3 неделя	
62	Компьютерная графика	1	Апрель 3 неделя	
63	Компьютерная графика	1	Апрель 4 неделя	
64	Звукозапись	1	Апрель 4 неделя	
65	Звукозапись	1	Май 1 неделя	
66	Звукозапись	1	Май 1 неделя	
67	Звукозапись	1	Май 2 неделя	
68	Итоговый контроль	1	Май 2 неделя	
69	Итоговый контроль	1	Май 3 неделя	
70	Итоговый контроль	1	Май 3 неделя	
71	Итоговый контроль	1	Май 4 неделя	
72	Итоговый контроль	1	Май 4 неделя	
	Итого:	72		

1.6. Условия реализации программы

База проведения занятий: МОБУ «СОШ «Муринский ЦО №4»;

Характеристика помещений: занятия проводятся в кабинетах русского языка и литературы или информатики (в зависимости от задач конкретного занятия);

Кадровое обеспечение: педагог дополнительного образования с высшим профессиональным или средним профессиональным образованием по направлению подготовки «Образование и педагогика» или в области, соответствующей преподаваемому предмету.

1.6. Формы аттестации:

– Входной контроль – тестовая работа (Приложение 1);
входной контроль позволяет выявить у детей начальные знания о журналистике в целом.

– Итоговая аттестация – творческая работа.

1.7 Оценочные материалы

Диагностика освоения программы предусматривает постоянный текущий контроль в форме наблюдений и фиксации коллективной и индивидуальной работы ребенка (публикации, участие в конкурсах и творческие задания). Корректировка программы происходит на основе анализа потребностей учащихся и показателей диагностики – результативности изучения тем и результативности творческой работы (индивидуальных заданий и участия в конкурсах).

Диагностика результативности

Оцениваемые параметры	Критерии	Степень выраженности оцениваемого параметра (критерии оценки)
Теоретические знания, предусмотренные программой	Соответствие теоретических знаний программным требованиям (ожидаемым результатам), осмысленность и правильность использования специальной терминологией	<u>1 уровень (1 балл)</u> – ребенок овладел менее чем ½ объема знаний, предусмотренных программой; <u>2 уровень (2 балла)</u> – объем усвоенных знаний составляет более, чем ½; <u>3 уровень (3 балла)</u> – ребенок освоил практически весь объем знаний, предусмотренных программой за конкретный период

<p>Практические умения, предусмотренные программой</p>	<p>Соответствие практических умений программным требованиям (ожидаемым результатам)</p>	<p><u>1 уровень (1 балл)</u> – ребенок овладел менее чем ½ предусмотренных умений;</p> <p><u>2 уровень (2 балла)</u> – объем усвоенных умений составляет более, чем ½;</p> <p><u>3 уровень (3 балла)</u> – ребенок овладел практически всеми умениями, предусмотренными программой за конкретный период</p>
<p>Творческие навыки</p>	<p>Креативность в выполнении заданий (уровень творчества при создании журналистской продукции)</p>	<p><u>1 уровень</u> (начальный, элементарный уровень развития креативности) – ребенок в состоянии выполнить лишь простейшие практические задания педагога; (1 балл)</p> <p><u>2 уровень</u> (репродуктивный уровень) – в основном выполняет задания на основе образца, по аналогии; (2 балла)</p> <p><u>3 уровень</u> (творческий уровень) – выполняет творческие практические</p>

		задания с большой выраженностью творчества (3 балла)
Творческая активность	Подготовка материалов и публикация в СМИ, информационных ресурсах учреждения (сайт, газета, соцсети)	<u>1 уровень (1 балл)</u> - материал не подготовлен к публикации, ребенок не демонстрирует потребность в данной деятельности; <u>2 уровень (2 балла)</u> - материал опубликован
Творческие достижения	Результативность участия в мероприятиях разного уровня	<u>Не участвовал (0 баллов);</u> <u>Участник (2 балла);</u> <u>Победитель (дипломант, лауреат) (4 балла)</u>

Рейтинг результативности

Фамилия, имя	Диагностика результативности					Средни й балл
	Теорети ческие знания	Практи ческие умения	Творч еские навык и	Творч еская актив ность	Дости жения	

Каждый член объединения набирает определенную сумму баллов за различные виды работы.

Критерии оценивания видеороликов

Критерий	Описание
Технический уровень	<ul style="list-style-type: none">- ролик идет не менее 3 и не более 3,5 минут;-используются продвинутые возможности программы создания видеороликов, кадры меняются четко (достаточно времени прочесть субтитры (при наличии) или рассмотреть картинку);- операторское мастерство (качество съемки, качество звука);-синхронизация музыки и изображения;-видеопереходы.
Языковой уровень: содержание	Полнота раскрытия темы. Языковое оформление ролика и видеоряд в полном объеме раскрывает идею авторов. Высказывания и кадры синхронны, логичны и последовательны.
Языковой уровень: организация	Наличие вступления: название темы видео и номера группы (факультета и профиля по желанию). Наличие заключения. Логичность изложения информации.
Языковой уровень: оформление	Используется разнообразная лексика. Грамматические ошибки отсутствуют. Живая речь ценится выше, чем титры.

Художественный уровень и оригинальность	<ul style="list-style-type: none"> - оригинальность сценария (оригинальность идеи и содержания работы, творческая новизна); - режиссура; - подбор музыки; - изображение четкое, контрастность используется правильно, кадры подобраны соответственно теме; - порядок представления информации логичен и служит достижению определенного художественного эффекта.
---	---

Критерий проявляется:

- в полной мере – 3 балла
- частично – 2 балла
- слабо проявляется, не проявляется – 0-1 балл

Сводная таблица учета результатов аттестации

№	ФИ ребенка	Номер критерия					Общая сумма баллов	Уровень освоения программы
		1	2	3	4	5		
1								
2								
3								
4								

Максимальное количество баллов за работу – 25.

Высокий уровень – 20-25 баллов

Средний уровень – 10-19 баллов

Низкий уровень – 1- 9 баллов

1.8. Методические материалы

- *особенности организации образовательного процесса*– очная;
- *формы организации образовательного процесса*: коллективная, групповая, индивидуальная;
- формы организации учебного занятия*- открытое занятие, практическое занятие, творческая мастерская.
- *методы обучения*: словесный, наглядный практический; объяснительно-иллюстративный, игровой;
- *воспитания*: убеждение, поощрение, стимулирование, мотивация.
- *педагогические технологии*- здоровьесберегающие технологии, технология работы в сотрудничестве, технология коллективного взаимообучения, технология игровой деятельности.
- *алгоритм учебного занятия*– мотивационный, основной, заключительный.
- *дидактические материалы*–аудиодиск «Учебные материалы по журналистике»

Материально-техническое обеспечение программы: для реализации программы необходимо следующее материально-техническое обеспечение:

- учебный класс;
- маркерная доска;
- несколько компьютеров с выходом в Интернет,
- принтер,
- сканер;
- фотоаппараты,
- диктофоны,
- видеокамера,
- канцелярские материалы,
- игровые атрибуты.

Дидактическое оснащение программы:

- карточки с заданиями;
- наборы раздаточного материала;
- записи телепередач и кинофильмов,
- подборки материалов прессы,
- литература по темам.

1.9 Список литературы

1. Агафонов А.В. , Пожарская С.Г. // Фотобукварь. М. , 1993,- 200с.
2. Бабкин Е.В., Баканова А.И. //Фото и видео. М.,Дрофа, 1995, - 380с.
3. Гурский Ю., Корабельникова Г. Photoshop 7.0. Трюки и эффекты - Спб.: Питер, 2002
4. КишикА.Н. Adobe Photoshop 7.0. Эффективный самоучитель
5. Соколов А. Г. Монтаж: телевидение, кино, видео – Editing: television, cinema, video.
— М.: Издатель А. Г. Дворников, 2003.—206 с.
6. *Бурдые. П.* О телевидении и журналистике /. Пер. Бурдые -. М.: Прагматика культуры, 2002 - 160 с.
7. Деева И.В.// Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации «История и актуальные проблемы отечественной и зарубежной журналистики». Шахты, 2014.

Электронные ресурсы:

Основы журналистики в школе <http://kovgantv.ru/index.php/skachat>

DVD диск – Учебные материалы по журналистике

Входной тест по массмедиа

1. Слово «журналистика» заимствовано из

- а. английского языка
- б. немецкого языка
- в. французского языка
- г. итальянского языка

Ответ: в

2. Анкетирование как способ получения информации используется в жанре

- а. репортажа
- б. рецензии
- в. обзора
- г. отчета

Ответ: а

3. Основной «инструмент» журналиста – это ...

- а. текст
- б. изображение
- в. звук
- г. слово

Ответ: г

4. Эффект присутствия, достоверности, сопереживания характерен для

- а. репортажа
- б. фельетона
- в. отчета
- г. корреспонденции

Ответ: а

5. Слово «газета» — это заимствование из

- а. итальянского языка
- б. английского языка
- в. французского языка
- г. немецкого языка

Ответ: а

6. Главная цель журналистского труда состоит в

- а. сборе информации
- б. ее обработке
- в. создании журналистского текста
- г. передаче информации

Ответ: г

7. Первая печатная газета в России называлась

- а. «Искра»
- б. «Ведомости»
- в. «Друг народа»
- г. «Вести»

Ответ: б

8. Главным компонентом любого рода и вида журналистики является

- а. изображение
- б. звук
- в. литературная основа
- г. комментарий

Ответ: в

9. Радиоприемник изобретен

- а. Г. Герцем
- б. В. Гамильтоном
- в. А. Поповым
- г. Д. Максвеллом

Ответ: в

10. «Строителем» кадра, специалистом, обеспечивающим красивый формат видео в тележурналистике, является

- а. осветитель
- б. редактор
- в. оператор
- г. статист

Ответ: в

11. Информационное сообщение о событии или мероприятии — это

- а. корреспонденция
- б. отчет
- в. эссе
- г. очерк

Ответ: б

12. Журнал «Современник» был основан

- а. Некрасовым
- б. Чернышевским
- в. Горьким
- г. Пушкиным

Ответ: г

13. Первый журнал 19 века в России – это

- а. «Библиотека для чтения»
- б. «Вестник Европы»
- в. «Современник»
- г. «Невский зритель»

Ответ: б

14. Первым журналом для женщин в России был

- а. «Дамский мир»
- б. «Женский вестник»
- в. «Работница»

г. «Женщина»

Ответ: б

15. В объекте радио- и телепрограмм реклама не должна превышать

а. 20 % объема вещания

б. 40 % объема вещания

в. 25 % объема вещания

г. 10 % объема вещания

Ответ: в

Критерии оценивания входного контроля:

Шкала оценивания за правильный ответ дается 5 баллов

«2» – 60% и менее «3» – 61-74% «4» – 75-85% «5» – 85-100%

