

Рассмотрена на заседании
научно-методического совета
МОУ Лицей г. Черемхово
от 29.09.2023 года
Протокол № 1

УТВЕРЖДЕНО
Директор МОУ Лицей г. Черемхово
Приказ № 220 от 01.09.2023

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ
ПРОГРАММА**

МедиаЦентр «ЛицейMediaKids»

11-17 лет (5-10 класс) (102 часа)

Разработчик :
Язвенко Оксана Анатольевна,
педагог дополнительного образования

г. Черемхово, 2023-2024

Раздел 1 Комплекс основных характеристик программы

1.1 Пояснительная записка

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

1. Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании Российской Федерации» (с изм., внесенными Федеральными законами от 04.06.2014 г. №145-ФЗ, от 06.04.2015 г. №68 –ФЗ, от 19.12.2016 г. от 26.07.2019 г. N 232-ФЗ).
2. Распоряжения Правительства Российской Федерации от 04.09.2014 г. № 1726-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей».
3. Плана реализации концепции развития дополнительного образования детей.
4. Постановления Главного государственного санитарного врача РФ от 29.12.2010 N 189 (ред. от 22.05.2019) «Об утверждении СанПиН 2.4.2.2821-10» Санитарно-эпидемиологические требования к условиям и организации обучения в общеобразовательных учреждениях» (вместе с «СанПиН 2.4.2.2821-10. Санитарно-эпидемиологические требования к условиям и организации обучения в общеобразовательных организациях. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы») (Зарегистрировано в Минюсте России 03.03.2011 N 19993).
5. Письма МОиН РФ от 14.12.2015 N 09-3564 «О внеурочной деятельности и реализации дополнительных общеобразовательных программ».
6. Приказа МОиН РФ «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам» от 9.10.2018 г. № 196.
7. «Методических рекомендаций по проектированию дополнительных общеобразовательных общеразвивающих программ» (Москва, 2015 г.).
8. Приказа Министерства труда и социальной защиты РФ от 5 мая 2018 г. № 298н «Об утверждении профессионального стандарта "Педагог дополнительного образования детей и взрослых».
9. Устава МОУ Лицей г.Черемхово.
10. Положения о дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы МОУ Лицей г.Черемхово

Актуальность

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 лицейского МедиаЦентра, где проходит изучение всей совокупности средств массовой коммуникации и овладение разносторонними процессами социального взаимодействия. Здесь отрабатывается авторская позиция ученика, возможность её корректировки в общепринятой культурной норме, создание условий для информационно-нравственной компетенции учащихся, самоутверждения и становления личностной зрелости подростка. Лицейский МедиаЦентр — это возможность максимального раскрытия творческого потенциала ребенка. Работа над созданием медиапродукта позволяет проявить себя, попробовать свои силы в разных видах деятельности – от гуманитарной до технической. И, конечно же, 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 медиацентра:

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

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

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

Практическая значимость

Одна из особенностей программы Лицейского МедиаЦентра - 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 видеопроектam, 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 11 до 17 лет. Срок реализации программы – 2 года.

1 год обучения – 11-17 лет.

2 год обучения – 12-17 лет.

Возрастные особенности 11-17 лет

Подростковый возраст разделяется на младший подростковый и старший подростковый. Для этого существуют как внешние, так и внутренние (биологические и психологические) предпосылки. Расширение социальных связей подростка: предоставляется возможность для участия в многогранной общественной жизни коллектива. Наличие внутренних биологических предпосылок объясняется тем, что в этот период весь организм человека выходит на путь активной физиологической и биологической перестройки.

Повышаются утомляемость, возбудимость, раздражительность, негативизм, драчливость подростков, - так начинается негативная фаза подросткового возраста. Ей свойственны беспокойство, тревога, диспропорции в физическом и психическом развитии, агрессивность, противоречивость чувств, снижение работоспособности. Позитивная фаза наступает постепенно и выражается в том, что подросток начинает ощущать близость с природой, по-новому воспринимать искусство, у него появляется мир ценностей, потребность в интимной коммуникации, он испытывает чувство любви, мечтает.

Происходит и смена ведущей деятельности: роль ведущей в подростковом возрасте играет социально-значимая деятельность, средством реализации которой служит учение, общение, общественно-полезный труд. Именно в процессе обучения происходит усвоение мышления в понятиях, без которого «нет понимания отношений, лежащих за явлениями». Мышление в понятиях дает возможность проникать в сущность вещей, понимать закономерности отношений между ними. Поэтому в результате усвоения новых знаний перестраиваются и способы мышления. Знания становятся личным достоянием ученика, перерастая в его убеждения, что, в свою очередь, приводит к изменению взглядов на окружающую действительность. Изменяется и характер познавательных интересов — возникает интерес по отношению к определенному предмету, конкретный интерес к содержанию предмета.

Общение. Ведущим мотивом поведения подростка является стремление найти свое место среди сверстников, причем отсутствие такой возможности очень часто приводит к социальной неадаптированности и правонарушениям. Оценки сверстников начинают приобретать большее значение, чем оценки учителей и взрослых. Подросток максимально подвержен влиянию группы, ее ценностей; он боится утратить популярность среди сверстников.

Общественно-полезная деятельность. Пытаясь утвердиться в новой социальной позиции, подросток старается выйти за рамки ученических дел в другую сферу, имеющую социальную значимость. Для реализации потребности в активной социальной позиции ему нужна деятельность, получающая признание других людей, деятельность, которая может придать ему значение как члену общества. Характерно, что когда подросток оказывается перед выбором общения с товарищами и возможности участия в общественно-значимых делах, подтверждающих его социальную значимость, он чаще всего выбирает общественные дела. Общественно-полезная деятельность является для подростка той сферой, где он может реализовать свои возросшие возможности, стремление к самостоятельности, удовлетворив потребность в признании со стороны взрослых, «создает возможность реализации своей индивидуальности».

Потребность в общении со сверстниками актуализирует проблему уверенного поведения. Современные подростки часто теряются в провокационных, задевающих, угрожающих ситуациях, выбирая либо подчинение, либо ответную агрессивность. Другой тип ситуаций, в которых у подростков преимущественно преобладает неконструктивный стиль поведения, — это ситуации, когда самому подростку или другому человеку нужна поддержка.

Наблюдается следующая динамика мотивов общения со сверстниками: в 12-13 лет подростку важно занять определенное место в коллективе сверстников. Содержание общения младших подростков сосредоточивается вокруг процессов учения и поведения — лидер среди сверстников тот, кто лучше учится и правильно себя ведет, положительный образ является ведущим. В 14-15 лет доминирует стремление к автономии в коллективе и поиск признания ценности собственной личности в глазах сверстников. Содержание общения фокусируется на вопросах личного общения, индивидуальности — наиболее привлекательной становится личность «интересная», «сильная», «особенная». У многих подростков оказывается фрустрированной потребность «быть значимым» в их среде.

Режим организации занятий

Срок реализации программы 2 года – 204 часа.

| Срок реализации. | Продолжительность занятий (час). | Периодичность в неделю (час). | Кол-во часов в неделю (час). | Кол-во часов в год. |
|------------------|----------------------------------|-------------------------------|------------------------------|---------------------|
| 1 год | 60 мин | 3 | 3 | 102 |
| 2 год | 60 мин | 3 | 3 | 102 |
| Итого | 204 часа | | | |

Формы организации образовательного процесса

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа Лицейский МедиаЦентр «ЛицейMediaKids» нацелена на творческую самореализацию учащихся в общеобразователь-

ной 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.

Особенности реализации программы и место проведения занятий

Программа предназначена для занятий социально-педагогической направленности. Задания по программе построены на основании современных научных представлений о физиологическом, психологическом развитии ребенка этого возраста, раскрывает особенности соматического, психологического и социального здоровья. Занятия проводятся либо в аудитории (теоретического характера), либо в актовом зале (интерактивные), либо не закреплены за определенным местом (практические), проводятся после всех уроков основного расписания, продолжительность соответствует рекомендациям СанПиН.

Программа реализуется в течение 2 лет. Продолжительность учебного года 34 недели непосредственно в условиях кружка.

Программой предусмотрены теоретические и практические (лабораторные работы, фото- и видеосъемка) занятия. Большая часть практических занятий проводится во время различных мероприятий – праздников, экскурсий, посещений театров, музеев, выездов на природу. Выполняя самостоятельную работу по проекту, обучающиеся приобретают навыки написания статей, текстов к интервью и видеонюжностям, работы с фото- и видеотехникой, графическими и аудиоредакторами, осваивают различные программы по монтажу и обработке видео, развивают умение самостоятельной деятельности и умение использовать полученные ранее знания.

1.2 Цель программы Лицейский МедиаЦентр «ЛицейMediaKids»

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 лицейского МедиаЦентра - одного из инструментов воспитательного воздействия для успешной социализации обучающихся.
2. Привить детям и подросткам интерес к таким профессиям как журналист, корреспондент, дизайнер, корректор, а также фоторепортёр, видеооператор, режиссёр, режиссёр монтажа и др.
3. Научить создавать собственные проекты на основе полученных знаний.
4. Обучать детей умению выражать свои мысли чётко и грамотно, ответственно и критически анализировать содержание сообщений.
5. Создать живую, активно работающую информационную среду.

Развивающие:

1. Способствовать повышению работоспособности учащихся.
2. Развивать и стимулировать активность учащихся, их творческие способности.

Воспитательные:

1. Воспитывать чувство коллективизма, взаимопомощи и взаимовыручки;

2. Научить детей работать в группе, обсуждать различные вопросы, работать с различными источниками информации.
3. Воспитывать дисциплинированность.
4. Способствовать работе в коллективе, подчинять свои действия интересам коллектива в достижении общей цели.

1.3 Планируемые результаты

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

- развитие таких важных личностных качеств, как коммуникабельность, общая эрудиция, уровень культуры, выразительность речи, дисциплину и ответственность за порученное дело;

- активное включение в общение и взаимодействие с окружающими на принципах уважения и доброжелательности, взаимопомощи и сопереживания;

- проявление положительных качеств личности и управление своими эмоциями в различных ситуациях и условиях;

- проявление дисциплинированности, трудолюбие и упорство в достижении поставленных целей;

- оказание бескорыстной помощи своим сверстникам, нахождение с ними общего языка и общих интересов.

Метапредметные результаты:

Регулятивные УУД:

- определять и формулировать цель деятельности на занятии с помощью учителя, а далее самостоятельно;

- средством формирования этих действий служит технология проблемного диалога на этапе изучения нового материала;

- учиться совместно с учителем и другими воспитанниками давать эмоциональную оценку деятельности команды на занятии.

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

Познавательные УУД:

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

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

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

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

Средством формирования этих действий служит учебный материал и задания.

Коммуникативные УУД:

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

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

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

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

Предметные результаты:

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

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

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

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

1.4 Содержание программы

Содержание программы 1 года обучения

1. Введение. Я и медиaprостранство (22 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, развлекаем». Игра-презентация своего коллектива.

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

2. Информационные и мультимедийные технологии (20 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.

3. Медиапрограммы (20 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 тим-билдинга.

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

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

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

5. Практика речи (16 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», «со-творчество»); 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: со-ставление 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 стили-стических 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 (20 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 видео-съёмки. 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» (18 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. Промежуточный контроль (8 часов)

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

Промежуточный контроль – защита проекта.

Содержание программы 2 года обучения

1. Введение. Модели медиаобразования (22 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).

2. Фотография (18 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.

3. Компьютерная графика (32 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.

4. Звукозапись (36 часов)

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.

5. «Медиаобразование на материале рекламы» (18 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.

6. Интернет-среда. Современные СМИ (34 часа)

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. Стилль 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 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».

7. Итоговый контроль (10 часов)

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

Итоговый контроль: Защита проектных работ.

Раздел 2. Комплекс организационно-педагогических условий

2.1 Учебный план 1 года обучения

| № п/п | Название раздела, темы | Количество часов | | | Формы аттестации/ контроля |
|-------|--|------------------|----------|----------|---|
| | | всего | теория | практика | |
| 1 | Введение. Я и медиaprостранство | 22 | 8 | 14 | ролик-презентация |
| 2. | Информационные и мультимедийные технологии | 20 | 16 | 4 | медиастатья |
| 3 | Медиапрограммы | 30 | 12 | 18 | презентация проекта «Мой герой» |
| 4. | Источники информации | 40 | 18 | 22 | Защита групповых работ |
| 5. | Практика речи | 14 | 6 | 8 | тестирование «Речевая грамотность» |
| 6. | Жанровое разнообразие | 20 | 10 | 10 | Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить» |
| 7 | «Медиаобразование на материале рекламы» | 18 | 10 | 8 | создание рекламного текста |
| 8 | Промежуточный контроль | 8 | 2 | 6 | защита проекта |
| | Итого: | 171 | 82 | 89 | |

Учебный план 2 года обучения

| № п/п | Название раздела, темы | Количество часов | | | Формы аттестации/ контроля |
|-------|-------------------------------|------------------|--------|----------|----------------------------|
| | | Всего | Теория | Практика | |
| 1 | Введение. Модели медиаобразо- | 22 | 10 | 12 | Проведение медиаобра- |

| | | | | | |
|----|---|-----|----|-----|---|
| | вания | | | | зовательного занятия в 5 классах |
| 2 | Фотография | 18 | 6 | 12 | выставка фотопроектов |
| 3. | Компьютерная графика | 32 | 16 | 16 | создание афиши или трейлера для школьного мероприятия |
| 4. | Звукозапись | 36 | 12 | 24 | создание рекламного ролика |
| 5. | «Медиаобразование на материале рекламы» | 18 | 8 | 10 | любой медиапродукт на своей странице в «ВКонтакте» |
| 6. | Интернет-среда. Современные СМИ | 34 | 12 | 22 | собственный медиапродукт на личной странице в «ВКонтакте» |
| 7. | Итоговый контроль | 10 | | 10 | Защита проектных работ |
| | Итого: | 171 | 65 | 106 | |

Тематическое планирование

| № п/п | Название раздела, темы | Количество часов | | | Формы организации занятий | Формы аттестации/контроля |
|-------------|--|------------------|--------|----------|---------------------------------|---------------------------|
| | | всего | теория | практика | | |
| 1 | Введение. Я и медиaproстранство | 11 | 4 | 7 | | |
| 1.1 | Вводное занятие. Знакомство. Откуда люди узнают о том, что происходит в их городе, стране, в мире. | 1 | 1 | | беседа | |
| 1.2. | Интерактивная игра: Что Я хочу узнать и чему научиться. Цели и задачи. | 1 | | 1 | интерактив | |
| 1.3. | Новостная редакция. Кто есть кто? | 2 | 1 | 1 | Беседа Ролевая игра | |
| 1.4. | Интерактивная игра: Строим ньюс-рум. Выбираем главных редакторов групп. | 1 | | 1 | интерактив | |
| 1.5. | Работа редакции новостей. Игра «Ищи и найди». | 2 | 1 | 1 | Групповая Игра | |
| 1.6. | Интерактивная игра: «У каждого своя елка». Пример описания места событий. | 1 | | 1 | интерактив | |
| 1.7. | «Инфотеймент». Что это такое? Принцип «Информируем, развлекаем». Игра-презентация своего коллектива. | 2 | 1 | 1 | Лекция Игра-презентация | |
| 1.8. | Задание на дом: снимаем ролик-презентацию | 1 | | 1 | Самостоятельная работа, вебинар | Ролик-презентация |

| | | | | | | |
|-----------|--|----|----|----|--|---------------------------------|
| 2. | Информационные и мультимедийные технологии | 11 | 8 | 3 | | |
| 2.1. | Классификация технологий по типам телевидения | 2 | 2 | | Лекция | |
| 2.2. | Форматы. Корень формата. Формула определения возраста аудитории | 1 | 1 | | Лекция | |
| 2.3. | «Обертка» формата. Стил и содержание. | 2 | 1 | 1 | Лекция Работа в микро-группах | |
| 2.4. | Целевая аудитория | 1 | 1 | | Групповая | |
| 2.5. | Информационные поводы | 1 | 1 | | Групповая | |
| 2.6. | Ньюс-мейкерство. 6 основных вопросов для новостей. | 1 | 1 | | Вебинар | |
| 2.7. | Топ-лайн. Head-line. Конвейер новостей. | 1 | 1 | | Лекция | |
| 2.8. | Задание на дом: пишем новости | 2 | | 2 | Практическое индивидуальное задание | медиастатья |
| 3 | Медиапрограммы | 20 | 8 | 11 | | |
| 3.1. | Новостные сюжеты и аналитические программы. Развлекательные программы. Принцип построения ток-шоу. | 4 | 4 | | Круглый стол Экскурсия на телестудию | |
| 3.2. | Жанры журналистики: репортаж, интервью. | 4 | 4 | | Лекция | |
| 3.3. | Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...» | 2 | | 2 | интерактив | |
| 3.4. | Интерактивная игра студии «ФрешМедиа» | 1 | | 1 | интерактив | |
| 3.5. | Новостной проект (ищем героев) | 4 | | 4 | Проектная работа | |
| 3.6. | Задание на дом: проектная работа «Мой герой» | 2 | | 2 | Практическое задание | |
| 3.7. | Презентация проекта «Мой герой» | 2 | | 2 | Публичное выступление | презентация проекта «Мой герой» |
| 4. | Источники информации | 21 | 10 | 11 | | |
| 4.1. | Запись выпусков новостей. Новостные сюжеты | 4 | 2 | 2 | Экскурсия на телестудию Групповое задание | |
| 4.2. | Репортажи | 4 | 2 | 2 | парная | |
| 4.3. | Монтажные программы | 2 | 2 | | Лекция | |
| 4.4. | Тренажеры репортажей | 2 | 2 | | индивидуальная | |
| 4.5. | Съемка новостного сюжета, озвучание, монтаж (face to face) | 3 | 1 | 2 | Вебинар Практическая работа | |

| | | | | | | |
|-----------|--|-----------|----------|----------|--------------------------------------|---|
| 4.6. | Композиция кадра. Импорт-ирование видеофайлов на компьютер. | 2 | 1 | 1 | Занятие в компьютерном центре «Шаг» | |
| 4.7. | Групповая работа: Репортаж «Один день из жизни школы» | 2 | | 2 | групповая | |
| 4.8. | Защита групповых работ | 2 | | 2 | Публичное выступление | презентация проекта «Мой герой» |
| 5. | Практика речи | 13 | 6 | 7 | | |
| 5.1. | Упражнения для каждого участника группы | | | 1 | Индивидуальный практикум | |
| 5.2. | Учимся говорить грамотно, а писать правильно. Практическая игра. | | 2 | 2 | Игра-практикум | |
| 5.3. | Личный список слов-ошибок | | 2 | | Тренинг | |
| 5.4. | Интерактивная игра «Как не делать репортаж» | | | 2 | интерактив | |
| 5.5. | Дресс-код стендапов | | 2 | | Ролевая игра | |
| 5.6. | Тест «Речевая грамотность» | | | 2 | Тестирование | Защита групповых работ |
| 6. | Жанровое разнообразие | 10 | 5 | 5 | | |
| 6.1. | Основы операторского мастерства. Основы современной ТВ-ой и видео продукции, механизмы ее производства | | 2 | | Экскурсия, встреча с тележурналистом | |
| 6.2. | Как делать телеэссе, зарисовку, телепутешествие | | 2 | | Круглый стол | |
| 6.3. | Взаимодействие в команде. Как снять то, что хочешь, а не то, что получилось. | | | 2 | практикум | |
| 6.4. | Основы работы с видео камерой. Обработка полученного материала | | 1 | 2 | Лекция парная | |
| 6.5. | Игра «Все, что вы хотели спросить» | | | 1 | игровая | Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить» |
| 7 | «Медиаобразование на материале рекламы» | 11 | 6 | 5 | | |
| 7.1. | Вводное занятие. Знакомство с курсом | 1 | 1 | | беседа | |
| 7.2. | История возникновения и развития рекламы. | 2 | 1 | 1 | Лекция | |
| 7.3. | Реклама: понятие, функции, | 2 | 1 | 1 | игра | |

| | | | | | | |
|----------|--|------------|-----------|-----------|-----------------------------|----------------------------|
| | цели и виды. Классификация рекламы. | | | | | |
| 7.4. | Особенности функционального назначения рекламных текстов | 2 | 1 | 1 | Лекция, практикум | |
| 7.5. | Лингвистические особенности рекламных текстов | 1 | | 1 | лингвистический эксперимент | |
| 7.6. | Структура рекламного текста. Целевое назначение структурного элемента. | 2 | 1 | 1 | Круглый стол | |
| 7.7. | Специфика языковых средств для рекламного текста | 1 | 1 | | Лекция | создание рекламного текста |
| 8 | Промежуточный контроль | 6 | 2 | 4 | Лекция и практикум | |
| 8.1. | Творческий синтез. Творческий проект | 4 | | 4 | Групповая | |
| 8.2. | Защита проекта | 2 | 2 | | Публичное выступление | защита проекта |
| | Итого: | 102 | 49 | 53 | | |

| № п/п | Название раздела, темы | Количество часов | | | Формы организации занятий | Формы аттестации/контроля |
|----------|---|------------------|----------|----------|---------------------------|--|
| 1 | Введение. Модели медиаобразования | 13 | 7 | 6 | | |
| 1.1 | Вводное занятие. Примерные модели медиаобразования | 1 | 1 | | беседа | |
| 1.2. | Основы медиаобразовательных технологий | 2 | 2 | | Лекция | |
| 1.3. | Изучение «литературно-имитационных» медиаобразовательных занятий | 4 | 2 | 2 | Лекция Групповая | |
| 1.4. | Изучение «театрализованно-ситуативных» медиаобразовательных занятий | 2 | 1 | 1 | Лекция интерактив | |
| 1.5. | Изучение интегрированных медиаобразовательных занятий | 2 | 1 | 1 | Лекция парная | |
| 1.6. | Практическое задание: проведение медиаобразовательных занятий по анализу медиатекстов | 2 | | 2 | Практическое задание | Проведение медиаобразовательного занятия в 1-5 классах |
| 2 | Фотография | 11 | 3 | 8 | | |
| 2.1. | Для чего люди снимают фотографии? О чем может рассказать фотография | 1 | 1 | | Круглый стол | |
| 2.2. | Какие бывают фотографии. | 1 | 1 | | вебинар | |

| | | | | | | |
|-------------|--|-----------|----------|-----------|--------------------------------------|---|
| | Особенности фотожанров. | | | | | |
| 2.3. | Фотография и картина - чем они отличаются. | 1 | | 1 | Круглый стол | |
| 2.4. | Работа с фотографией. Правила фотосъемки. | 2 | | 2 | Встреча с фотографом-профессионалом | |
| 2.5. | Программы по обработке фотографий. Тренинг | 2 | 1 | 1 | Тренинг | |
| 2.6. | Задание на дом: создание фоторепортажа. | 2 | | 2 | Практическое задание | |
| 2.7. | Выставка фотопроектов. | 2 | | 2 | выставка | выставка фотопроектов |
| 3. | Компьютерная графика | 18 | 8 | 10 | | |
| 3.1. | Назначение графических редакторов. Растровая графика. Объекты растрового редактора | 2 | 2 | | Встреча с программистом | |
| 3.2. | Инструменты графического редактора. Создание и редактирование рисунка с текстом. Афиши, анонсы | 5 | 2 | 4 | Экскурсия в компьютерный центр «Шаг» | |
| 3.3. | Назначение графических редакторов. Векторная графика. | 2 | 2 | | Лекция | |
| 3.4. | Изучение программ Picture Manager, Paint.NET, Movavi Photo Editor и др. Практикум | 2 | | 2 | Практическое задание | |
| 3.5. | Работа с программой Adobe Photoshop | 4 | 1 | 3 | Работа в микро-группах | |
| 3.6. | Основы оформительской работы. | 1 | 1 | | вебинар | |
| 3.7. | Задание на дом: создание афиши для школьного мероприятия | 2 | | 2 | Самостоятельная работа | создание афиши или трейлера для школьного мероприятия |
| 4. | Звукозапись | 21 | 7 | 14 | | |
| 4.1. | Где используется звукозапись? Прослушивание в звукозаписи стихов, сказок, песен для детей, музыки из мультипликационных фильмов. | 4 | 2 | 2 | Беседа Интерактив | |
| 4.2. | Игра-драматизация под звукозапись. Слушание радиопередач для детей | 2 | | 2 | Ролевая игра | |
| 4.3. | Развитие внимания к звуковой среде. Звук как слагаемое художественного образа на экране. | 4 | 1 | 3 | беседа интерактив | |

| | | | | | | |
|-----------|---|-----------|----------|-----------|-------------------------------|----------------------------|
| 4.4. | Внутрикадровая и закадровая музыка. Единство музыкального решения. Единство стиля музыкального решения. | 2 | 2 | | Лекция | |
| 4.5. | Практика: Анализ музыкального решения просмотренной передачи | 2 | | 2 | Работа в микро-группах | |
| 4.6. | Шумы в фонограмме передач. Звуковые планы. Акустическая атмосфера. Звуковые эффекты. | 2 | 1 | 1 | Вебинар | |
| 4.7. | Практика: озвучение видеоматериалов. Компьютерная обработка звука на компьютере. | 2 | | 2 | Практическое задание | |
| 4.8. | Задание на дом: собственная творческая деятельность (записать радиопередачи, озвучивание видеофрагмента, запись интервью – на выбор). | 2 | | 2 | Проектная работа | |
| 4.9. | Разбор ошибок в творческих работах. | 1 | 1 | | | Публичное выступление |
| 5. | «Медиаобразование на материале рекламы» | 8 | 3 | 5 | | |
| 5.1. | Жанровая и методологическая особенность рекламы | 1 | 1 | | лекция | |
| 5.2. | Методы: внушение, убеждение, повторяемость. Коммуникативный эффект рекламного текста | 1 | 1 | | лекция | |
| 5.3. | Реклама в жизни современных школьников. Взаимодействие рекламы и культуры. | 1 | | 1 | Круглый стол | |
| 5.4. | Реклама как средство познания и общения. Психологические манипуляции в рекламе. | 2 | 1 | 1 | Лекция и практическое задание | |
| 5.5. | Требования к содержанию текста рекламы. | 2 | | 2 | Урок-лаборатория | |
| 5.6. | Угрозы информационно-психологической безопасности личности и их основные источники. | 1 | | 1 | | создание рекламного ролика |
| 6. | Интернет-среда. Современные СМИ | 21 | 5 | 16 | | |
| 6.1. | Отличие интернет-изданий от прочих | 1 | 1 | | Круглый стол | |
| 6.2. | Ytube, INSTAGRAM, VK, Facebook особенности этих ресурсов | 2 | 2 | | Беседа | |
| 6.3. | Публичное лицо | 1 | 1 | | Беседа | |
| 6.4. | Профессия - блоггер | 1 | 1 | | Беседа | |
| 6.5. | Проектная деятельность. Сбор | 4 | | 4 | Проектная ра- | |

| | | | | | | |
|-------------|--|-----------|----|-----------|------------------------|---|
| | материала. Посещение общешкольного мероприятия в качестве спецкоров. Создание поста для ВК | | | | бота | |
| 6.6. | Написание интернет-статьи. Корректировка текста. | 4 | | 4 | Самостоятельная работа | |
| 6.7. | Работа на ПК. Работа в интернете (WWW.YANDEX.RU). Просмотр материалов. | 2 | | 2 | Групповая | |
| 6.8. | Заметка на дискуссионную тему. Создание Интернет-опроса. | 2 | | 2 | парная | |
| 6.9. | Задание на дом: публикация на своей соц-странице поста. Анализ охвата аудитории, популярности информации | 2 | | 2 | Практическое задание | |
| 6.10 | Отчет о проделанной работе | 2 | | 2 | | собственный медиапродукт на личной странице в «ВКонтакте» |
| 7. | Итоговый контроль | 10 | | 10 | | |
| 7.1. | Творческий проект. Индивидуальные консультации по авторской работе. | 8 | | 8 | Проектная работа | |
| 7.2. | Подведение итогов занятия за год. Просмотр лучших работ. | 2 | | 2 | | Защита проектных работ |
| | Итого: | 102 | 33 | 59 | | |

2.3 Условия реализации программы

В программу принимаются дети в возрасте 11-17 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 юных 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, приобретает опыт коллективного взаимодействия, развивается самостоятельность в принятии решений, воля и терпение, появляется осознанное желание вести активный образ жизни.

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

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.

Учебно-наглядные пособия

Инструкции по технике безопасности

Таблицы, схемы, фотоматериалы

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

2.4 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.

2.5 Оценочные материалы

Тест «Речевая грамотность» - <https://gramotei.online/demo/run>. Позволяет проверить знания по пунктуации и орфографии в форме онлайн-тестирования.

пройдите тест и узнайте свой уровень грамотности

Выберите тему и уровень

Тема Орфография Пунктуация

Кто вы? Школьник Студент Родитель Учитель

Класс **9**

Как будет проходить тест?
 Вам будет предложено 75 заданий (примерно на **8 минут**).
 Отвечайте, кликая по вариантам ответов или нажимая

Справившиеся с этим заданием проходят собеседование с педагогом на наличие речевых ошибок.

Обратная связь

Оценивание по 12 бальной шкале.

«1-6 баллов» - оценка 3

«6- 10 баллов» - оценка 4

«11- 12 баллов» - оценка 5

1-30 – оценка 3

30- 50 - оценка 4

50- 60 – оценка 5

| ФИ уч-ся | Критерии | Балл | Учитель |
|----------|---|------|---------|
| | Грамотность | | |
| | Объем информации | | |
| | Умение излагать свои мысли | | |
| | Связь с современностью | | |
| | Знание особенностей Публицистического стиля | | |

Критерии контрольного задания: «Репортаж», «Новостной пост»

| | | |
|-----------|----------------------------|-------------------------------------|
| Результат | УУД, личностные результаты | Критерии результативности программы |
|-----------|----------------------------|-------------------------------------|

| | | |
|--|---|--|
| Умение создавать авторский текст в жанре репортажа и новостной статьи. | Осознание личной позиции по обсуждаемому вопросу (ценностное самоопределение) и умение ее предъявлять. Умение с достаточной полнотой и точностью выражать свои мысли в соответствии с задачами и условиями коммуникации, соблюдая нормы построения текста. | Все учащиеся научатся создавать авторский текст в жанре репортажа, новостной статьи, ролика. |
|--|---|--|

**Объекты оценивания и критерии их оценки
(критерии оценки деятельности учащихся)**

Объект оценивания: авторский текст в жанре репортажа и новостной статьи, ролика.

Требования к объекту оценивания:

1. Тема задается учителем.
2. Наличие заголовка текста, соответствующего теме репортажа.
3. Указание автора текста.
4. Отсутствие речевых и грамматических ошибок в тексте.
5. Объём текста: 1-2 печатных листа, 14 кегль, интервал 1,5, шрифт Times New Roman.

| <i>Критерии оценки</i> | <i>Показатели</i> |
|---|---|
| <i>1. Критерии авторства</i> | |
| 1.1. Наличие авторской позиции (авторского мнения, отношения к описываемому событию, явлению). | Количество читателей репортажа, которые одинаково формулируют содержание авторской позиции (авторского мнения, отношения): - более 90 % – 10 баллов; - от 50 до 90 % – 7 баллов; - от 20 до 50 % – 4 балла; - менее 20 % – 2 балла; - все читатели затрудняются выделить авторскую позицию – 0 баллов. |
| 1.2. Применение средств предъявления авторской позиции, адекватных жанру репортажа: прямое высказывание отношения (критика, одобрение, комментарии и др.); выделение наиболее значимых с точки зрения автора эпизодов; эмоционально - окрашенный стиль текста и др. | Количество использованных средств: - 2 и более – 10 баллов; - 1 средство – 7 баллов; - Отсутствие средств – 0 баллов. |
| <i>2. Критерии соответствия жанру</i> | |
| 2.1. «Композиция репортажа». | Соблюдение требований к композиции; последовательность изложения: - все требования соблюдены репортажа, события переданы последовательно – 10 баллов; - одно требование не соблюдается, события переданы последовательно – 7 баллов; - все требования соблюдены, хронология событий нарушена – 5 баллов; - одно требование не соблюдается, хронология событий нарушена – 2 балла; |

| | |
|--|---|
| | - требования нарушены, последовательность событий отсутствует – 0 баллов. |
| 2.2.Применение средств, создающих «эффект присутствия»: свидетельство очевидцев, прямая речь, диалоги, обращение к деталям описания, эмоциональное состояние автора. | Количество использованных средств, создающих «эффект присутствия»: <ul style="list-style-type: none"> - три и более – 10 баллов; - два – 7 баллов; - одно – 5 баллов; - средства не использованы – 0 баллов. |
| 2.3.Достоверность информации: отсутствие ошибок в используемых названиях, фамилиях, правильная передача слов участников события, правдивое описание действия и др. | Количество ошибок: <ul style="list-style-type: none"> - ошибок нет – 10 баллов; - одна ошибка, обнаруженная редактором в ходе подготовки материала к печати – 5 баллов; - на материал подана рекламация, информация рекламации подтвердилась – 0 баллов. |

Требования к презентации в Power Point

| № | | Требования | Примечания |
|----|------------------------------------|--|---|
| 1. | Основные слайды презентации | Структура презентации: <ul style="list-style-type: none"> • Для любого типа презентации: 1-ый слайд – титульный лист – тема, автор, логотип; 2-ой слайд – сведения об авторе; 3-ий слайд – содержание презентации с кнопками навигации; в конце – список используемых источников завершающий слайд – повторение контактной информации об авторе. | На 2-ом слайде размещается фотография автора, информация о нём и контактная информация. Кнопки навигации нужны для быстроты перемещения внутри презентации – к любому слайду можно добраться в 2 щелчка. Соблюдайте основные правила цитирования и авторские права!!! (обязательно указание первоисточников материалов: откуда взяли иллюстрации, звуки, тексты, ссылки; кроме интернет-ссылок, указываются и печатные издания) |
| 2. | Виды слайдов | Для обеспечения наглядности следует использовать разные способы размещения информации и разные виды слайдов: <ul style="list-style-type: none"> • с текстом • с иллюстрациями; • с таблицами; • с диаграммами; • с анимацией | |
| 3. | Шрифт | Текст должен быть хорошо виден. Размер шрифта должен быть максимально крупным на слайде! Самый «мелкий» для презентации – шрифт 24 пт (для текста) и 40 пт (для заголовков). Лучше использовать шрифты Arial, Verdana, Tahoma, Comic Sans MS Интервал между строк – полутор- | Желательно устанавливать ЕДИНЫЙ СТИЛЬ шрифта для всей презентации. |

| | | | |
|----|-------------------------------------|--|--|
| | | ный. | |
| 4. | Содержание информации | При подготовке текста презентации в обязательном порядке должны соблюдаться общепринятые правила орфографии, пунктуации, стилистики и правила оформления текста (отсутствие точки в заголовках и т.д.), а также могут использоваться общепринятые сокращения. Форма представления информации должна соответствовать уровню знаний аудитории слушателей, для которых демонстрируется презентация. | В презентациях точка в заголовках ставится. |
| 5. | Объем информации | Недопустимо заполнять один слайд слишком большим объемом информации: одновременно человеку трудно запомнить более трех фактов, выводов или определений. Наибольшая эффективность передачи содержания достигается, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде. | Размещать много мелкого текста на слайде недопустимо! Существует мнение, что на слайде должно быть размещено не более 290 знаков (включая пробелы). |
| 6. | Способы выделения информации | Следует наглядно размещать информацию: применять рамки, границы, заливку, разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки. Если хотите привлечь особое внимание, используйте рисунки, диаграммы, схемы, таблицы, выделяйте опорные слова. | Важно не нарушать чувства меры: не перегружать слайды, но в то же время и не размещать сплошной текст. |
| 7. | Использование списков | Списки из большого числа пунктов не приветствуются. Лучше использовать списки по 3-7 пунктов. Большие списки и таблицы разбивать на 2 слайда. | |
| 8. | Воздействие цвета | Важно грамотное сочетание цвета в презентации! На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста. Для фона и текста используйте контрастные цвета. Учитывайте, что цвет влияет на восприятие различных групп слушателей по-разному (дети, взрослые, деловые партнеры, участники конференции и т.д.). | Цвет может увеличить или уменьшить кажущиеся размеры объектов. Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования). |
| 9. | Цвет фона | Для фона выбирайте более холодные тона (предпочтительнее) или светлый фон и темные надписи. | Текст должен быть хорошо виден на любом экране! Не забывайте, что презентация |

| | | | |
|-----|--|--|---|
| | | Пёстрый фон не применять. | отображается по-разному на экране монитора и через проектор (цветовая гамма через проектор искажается, будет выглядеть темнее и менее контрастно) |
| 10. | Размещение изображений и фотографий | <p>В презентации размещать только оптимизированные (уменьшенные) изображения.</p> <p>Картинка должна иметь размер не более 1024*768</p> <p>Иллюстрации располагаются на слайдах так, чтобы слева, справа, сверху, снизу от края слайда оставались неширокие свободные поля.</p> <p>Перед демонстрацией ОБЯЗАТЕЛЬНО проверять, насколько четко просматриваются изображения.</p> | <p>Для уменьшения объема самой презентации рекомендуется соблюдать правила:</p> <ul style="list-style-type: none"> • оптимизировать объем изображений (для уменьшения «веса» картинки можно использовать Microsoft Office Picture Manager); • вставлять картинки, используя специальные поля PowerPoint, а не просто перетаскивать их в презентацию; • обрезать картинку лучше в специализированной программе (Photoshop или др.), а не непосредственно средствами PowerPoint <p>Как правило, картинка (не фотография) весит меньше в формате gif / png, нежели в jpg и т.д.</p> <p>Плохой считается презентация, которая:</p> <ul style="list-style-type: none"> • долго загружается и имеет большой размер, • когда фотографии и картинки растянуты и имеют нечеткие изображения! <p>Помните, что анимированные картинки не должны отвлекать внимание от содержания!</p> |
| 11. | Анимационные эффекты | <p>Анимация не должна быть навязчивой!</p> <p>Не допускается использование <i>побуквенной</i> анимации и вращения, а также использование более 3-х анимационных эффектов на одном слайде.</p> <p>Не рекомендуется применять эффекты анимации к заголовкам, особенно такие, как «Вращение», «Спираль» и т.п.</p> <p>При использовании анимации следует помнить о недопустимости пересечения вновь появляющегося объекта с элементами уже присутствующих объектов на экране.</p> | <p>В информационных слайдах анимация объектов допускается только в случае, если это необходимо для отражения изменений и если очередность появления анимированных объектов соответствует структуре презентации и теме выступления.</p> <p>Исключения составляют специально созданные, динамические презентации.</p> |

| | | | |
|-----|-------------------------------|--|--|
| 12. | Звук | Не допускается сопровождение появления текста звуковыми эффектами из стандартного набора звуков PowerPoint. Музыка должна быть ненавязчивая, а её выбор оправдан! | Звуковое сопровождение слайдов подбирайте с осторожностью, только там, где это действительно необходимо. Того же правила придерживайтесь при использовании анимационных эффектов. |
| 13. | Единство стиля | Для лучшего восприятия старайтесь придерживаться ЕДИНОГО ФОРМАТА СЛАЙДОВ (одинаковый тип шрифта, сходная цветовая гамма). Недопустимо использование в одной презентации разных шаблонов оформления! | |
| | Сохранение презентаций | Сохранять презентацию лучше как «Демонстрация PowerPoint». С расширением .pps | Тогда в одном файле окажутся ВСЕ приложения (музыка, ссылки, текстовые документы и.т.д.) |

Итоговая аттестация

Презентации учебных проектов могут быть проведены в виде:

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

Оценивание презентации и защиты проекта происходит по разработанным критериям.

Критерии оценки содержания и защиты проекта:

| Критерии оценки проекта | Содержание критерия оценки | Кол-во баллов | Само-оценка | Оценка руководителя проекта |
|------------------------------------|--|---------------|-------------|-----------------------------|
| Актуальность поставленной проблемы | Насколько работа интересна в практическом или теоретическом плане? | От 0 до 1 | | |
| | Насколько работа является новой? обращается ли автор к проблеме, для комплексного решения которой нет готовых ответов? | От 0 до 1 | | |

| | | | | |
|--|---|-----------|--|--|
| | Верно ли определил автор актуальность работы? | От 0 до 1 | | |
| | Верно ли определены цели, задачи работы? | От 0 до 2 | | |
| Теоретическая и \ или практическая ценность | Результаты исследования доведены до идеи (потенциальной возможности) применения на практике. | От 0 до 2 | | |
| | Проделанная работа решает или детально прорабатывает на материале проблемные теоретические вопросы в определенной научной области | От 0 до 2 | | |
| | Автор в работе указал теоретическую и / или практическую значимость | От 0 до 1 | | |
| Методы исследования | Целесообразность применяемых методов | 1 | | |
| | Соблюдение технологии использования методов | 1 | | |
| Качество содержания проектной работы | Выводы работы соответствуют поставленным целям | 2 | | |
| | Оригинальность, неповторимость проекта | 2 | | |
| | В проекте есть разделение на части, компоненты, в каждом из которых освещается отдельная сторона работы | 1 | | |
| | Есть ли исследовательский аспект в работе | 2 | | |
| | Есть ли у работы перспектива развития | 1 | | |
| Качество продукта проекта (презентации, сайта, информационного диска) | Интересная форма представления, но в рамках делового стиля | От 0 до 2 | | |
| | Логичность, последовательность слайдов, фотографий и т.д. | От 0 до 2 | | |
| | Форма материала соответствует задумке | 1 | | |

| | | | | |
|---|---|-----------|--|--|
| | Текст легко воспринимается | 1 | | |
| | Отсутствие грамматических ошибок, стиль речи | 1 | | |
| Компетентность участника при защите работы | Четкие представления о целях работы, о направлениях ее развития, критическая оценка работы и полученных результатов | От 0 до 2 | | |
| | Докладчик изъясняется ясно, четко, понятно, умеет заинтересовать аудиторию, обращает внимание на главные моменты в работе | От 0 до 2 | | |
| | Докладчик опирается на краткие тезисы, выводы, и распространяет, объясняет их аудитории. | От 0 до 2 | | |
| | Докладчик выдержал временные рамки выступления и успел раскрыть основную суть работы. | От 0 до 2 | | |
| | Докладчик смог аргументировано ответить на заданные вопросы либо определить возможные пути поиска ответа на вопрос | От 0 до 2 | | |

2.6 Методические материалы

Формы и методы, используемые в ходе реализации программы

Методологическую основу программы составили биогенетические теории (Ч. Дарвина, Э.Геккеля, А. Гезелла, Дж.Ст.Холла); социогенетические теории, интеракционистские теории (Ч.Кули); социально-экологический подход (У. Бронфенбреннера); теория социального научения (Б. Скинера); психоаналитические теории (З.Фрейда); когнитивистские теории (Ж. Пиаже, Л. Колберга, И.С. Кона, Б.Г. Ананьева).

В данной программе мы опирались на определение, данное Г.М. Андреевой, которая рассматривает социализацию как двусторонний процесс, поскольку происходит не только усвоение, но и воспроизводство социального опыта; из-за единства стихийного и целенаправленного влияния на процесс становления личности, внешнего и внутреннего содержания. Г.М.Андреева говорит о том, что целенаправленные процессы воздействия реализуются через систему воспитания и обучения; стихийные – через средства массовой коммуникации, социальные ситуации реальной жизни и др. Внешний процесс – это совокупность всех социальных воздействий на человека, регулирующих проявление присущих субъекту импульсов и влечений.

Программа базируется на следующих концептуальных основах:

1. Включение в воспитательный процесс всех сфер личности: интеллектуальной (сознательное усвоение подростком общественных норм поведения); действенно-практической (вовлечение в общественно полезную деятельность); эмоциональной (отношение с окружающими).

2. Единство и взаимодополняемость педагогических и психологических методов.

3. Принцип личностной направленности - учет индивидуальных склонностей и интересов, своеобразия характеров, упор на личностное достоинство подростков, опора на положительное в его личности.

4. Комплексный и системный подход к диагностике.

5. Учет возрастных и индивидуально-личностных особенностей детей.

Основной формой организации учебно-воспитательного процесса является практическое занятие. Эффективность занятия во многом зависит от того, какие методы организации деятельности учащихся будут применяться. Широко используются фронтальный, групповой, поточный методы, метод индивидуальных заданий.

Фронтальный метод наиболее эффективен, так как упражнения выполняются учащимися одновременно. Он может применяться во всех частях занятия при совершенствовании и повторении пройденного материала, при обучении новому материалу.

Групповой метод применяется при отработке навыков работы с компьютерными программами, практическими заданиями. Разбивка на группы и выполнение различных заданий требуют подготовки актива учеников. Групповой метод позволяет контролировать занимающихся и вносить необходимые коррективы, направлять внимание на группу, выполняющую более сложные задания, либо на менее подготовленную группу.

Применение группового метода целесообразно при ограниченном месте занятий, когда одна или несколько групп выполняют отработку умений за компьютером, а другие группы учеников занимаются составлением сценария, текста.

Поточный метод предусматривает поочередное выполнение учащимися упражнений. Применение этого метода в сочетании с разделением на группы позволит повысить плотность занятий и их интенсивность.

Метод индивидуальных занятий заключается в том, что занимающиеся получают задания и самостоятельно выполняют их. Он может сочетаться с другими методами, дополнять их.

Помимо занятий в образовательном учреждении в ходе образовательного процесса также применяются такие формы организации деятельности учащихся как экскурсии, различные виды лекций в специализированных компьютерных центрах, встречи с интересными людьми.

Основной формой учебно-воспитательного процесса являются практические занятия.

Для учащихся:

1. Агафонов А.В., Пожарская С.Г. // Фотобукварь. М., 1993, - 200с.
2. Андерес Г.Ф., Панфилов Н.Д.. «Справочная книга кинолюбителя» (под общей редакцией Д.Н. Шемякина) – Лениздат, 1977 г.
3. Бабкин Е.В., Баканова А.И. //Фото и видео. М., Дрофа, 1995, - 380с.
4. Гурский Ю., Корабельникова Г. Photoshop7.0. Трюки и эффекты - Спб.: Питер, 2002
5. Игры для интенсивного обучения / Под ред. В.В. Петрусинского. М., 1991.
6. Кеворков В.В. Рекламный текст. М., 1996.
7. Кишик А.Н. Adobe Photoshop 7.0. Эффективный самоучитель
8. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. -М., 1983
9. Курский Л.Д., Фельдман Я.Д. //Иллюстрированное пособие по обучению
10. фотосъемке. Практическое пособие. М., Высшая школа, 1991, - 160 с.
11. Розенталь Д.Э. Практическая стилистика русского языка. М., 1974.
12. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Занимательная стилистика. – М., 1988

Для педагога:

1. Бондаренко Е.А. Творческий проект как элективный курс Образовательные технологии XXI века ОТ'07 / под ред. С.И. Гудиловой, К.М. Тихомировой, Д.Т. Рудаковой. М., 2007 С. 188-194.
2. Бондаренко Е.А. Формирование медиакультуры подростков как фактор развития информационной образовательной среды // Образовательные технологии XXI века / ред. С.И. Гудилова.
3. Волков И.П. Приобщение школьников к творчеству: из опыта работы. -М.: Просвещение, 2002 – 144 с.
4. Медиакультура. Программа для 1-11 кл. // Основы экранной культуры. Медиакультура: сб. программ / под ред. Ю.Н. Усова. М., МИПКРО, 1996.
5. Мурюкина Е.В. Медиаобразование старшекласников на материале прессы. Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучма, 2006 200 с.
6. Питер Коуп – «Азбука фотосъемки для детей: Цифровые и пленочные камеры», Арт-Родник, 2006 г.
7. Поличко Г.А. Изучение монтажа на медиаобразовательных занятиях // Медиаобразование. 2005, № 4 С.40-48.
8. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М., Фомичева И.Д. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.

Для родителей, посвященные психологии воспитания:

1. Волков И.П. Приобщение школьников к творчеству: из опыта работы. -М.: Просвещение, 2002 – 144 с.

2. <http://ya-roditel.ru/> - Портал «Я-родитель» рекомендован Министерством образования РФ для всех родителей, кому интересны вопросы воспитания и психологии их детей, очень много полезной и интересной информации: видеоуроки, консультации психологов, книги, тесты и многое другое.

3. <http://www.umka.by> на данном ресурсе размещено много полезной и интересной литературы и информации для родителей по вопросам воспитания ребенка.

4. <http://www.child-psy.ru/> - сайт о детской психологии, здесь вы сможете узнать ответы на многие интересующие родителей вопросы воспитания и развития вашего ребенка.

Дополнительная литература:

1. Тихомирова К.М., Рудакова Д.Т.: М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004 С. 89-92.
2. Хилько Н.Ф. Аудиовизуальное творчество как художественно-эстетическая деятельность // Искусство и образование. 2006 № 1 С. 59-71.

3. Фомина М.А. Экранная культура в системе работы учителя мировой художественной культуры // Искусство в школе. 2003 № 5 С. 44-48.