



Управление образования Киселевского городского округа
Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение
Киселёвского городского округа
«Средняя общеобразовательная школа №14»

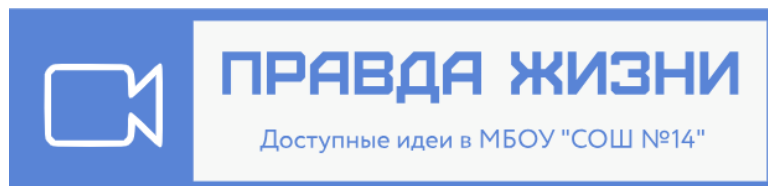
ПРИНЯТА

на заседании педагогического совета
от «28» августа 2023 года
Протокол №1

УТВЕРЖДАЮ:

Директор МБОУ «СОШ №14»

Шафф И.Г.
Приказ №262 от «01» сентября 2023 г



**Дополнительная общеобразовательная
общеразвивающая программа
социально-гуманитарной направленности
«Школьный медиацентр»**

Базовый уровень

Возраст учащихся: 11-18 лет.

Срок реализации: 1 год.

Разработчик:

Меремьянина Ксения Евгеньевна

педагог дополнительного образования

СОДЕРЖАНИЕ

РАЗДЕЛ 1. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ «Школьный медиацентр»3
1.1. Пояснительная записка3
1.2. Цель и задачи программы6
1.3. Учебно-тематический план и содержание программы7
1.4. Планируемые результаты11
РАЗДЕЛ 2. КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ12
2.1. Календарный учебный график12
2.2. Условия реализации программы12
2.3. Формы контроля16
2.4. Оценочные материалы16
2.5. Методические материалы16
2.6. Список литературы18
ПРИЛОЖЕНИЯ19

РАЗДЕЛ I. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ПРОГРАММЫ

1.1. Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Школьный медицентр» *социально-гуманитарной направленности* реализуется в рамках *муниципального заказа* на услуги дополнительного образования.

Нормативно-правовое обеспечение программы. В настоящее время содержание, роль, назначение и условия реализации программ дополнительного образования закреплены в следующих нормативных документах;

- Федеральный Закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273 «Об образовании Российской Федерации» (далее – ФЗ № 273);
- Изменения в Федеральный закон «Федеральный Закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273 «Об образовании в Российской Федерации» в части определения содержания воспитания в образовательном процессе с 01.09.2020 г., наименования и определения финансового обеспечения реализации образовательной программы, определенные в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации и настоящим Федеральным законом, с 14.07.2023 г;
- Указа Президента Российской Федерации «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», определяющего одной из национальных целей развития Российской Федерации предоставление возможности для самореализации и развития талантов;
- Приказ Министерства просвещения РФ от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по ДООП»;
- Концепция развития дополнительного образования детей в Российской Федерации / Распоряжение Правительства РФ от 31.03.2022 г. № 678-р;
- Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 23 августа 2017 г. № 816 «Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ» ;
- Государственная программа РФ «Развитие образования» на 2018-2025 гг. (Постановление Правительства РФ от 26 декабря 2017 года № 1642);
- Письмо Минобрнауки России от 18.11.2015 №09-3242. «Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ» (включая разноуровневые программы);

- Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28 сентября 2020 г. № 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;
- Региональные и муниципальные документы по ПФДО (Приказ Департамента образования и науки Кемеровской области «Об утверждении Правил персонифицированного финансирования дополнительного образования детей» (от 05.05.2019 г. № 740), Распоряжение администрации Киселевского городского округа №191-р от 22.04.19 «Об утверждении Положения о персонифицированном дополнительном образовании в Киселевском городском округе и др.);
- Муниципальное «Положение о разработке, структуре и порядке утверждения дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы» (утв. УО 30.04.2023 г.);
- Устав Муниципального бюджетного образовательного учреждения «Средняя общеобразовательная школа №14»
- Положение МБОУ «СОШ №14» «О разработке, структуре и порядке утверждения дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы».

Предметные области программы: обществознание, история, русский язык, литература, информатика.

Актуальность программы. С 2023 года во всех образовательных организациях города созданы верифицированные группы в социальных сетях «ВКонтакте» и «Одноклассники», что создает необходимость подготовки юных журналистов для работы школьных медиацентров. В связи с этим становится актуальным вопрос разработки программ, направленных на подготовку юных журналистов, профориентацию и развитие творческих способностей детей подросткового возраста, закладывающих основу знаний по безопасному пользованию сетью Интернет, профориентации и удовлетворяющих социальный заказ родительской общественности города Киселёвска.

Новизна программы заключается в создании нового творческого объединения медиацентра «Правда жизни» в МБОУ «СОШ №14» и в организации сетевого взаимодействия образовательной организации с ГТРК «СТС-Киселевск».

Отличительные особенности программы. Программа «Школьный медиацентр» - модифицированная, разработана на основе примерной дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы социально-гуманитарной направленности «Медиасреда» (ГАУДО «Кузбасский центр дополнительного образования» г.Кемерово, 2023г).

Реализация программы предполагает расширение информированности подростков о содержании деятельности журналистов, овладение умениями по созданию текстов и публикаций различной направленности, безопасному использованию сети Интернет.

При этом содержание данной программы интегрировано с содержанием программ школьных предметов «Обществознание», «История», «Русский язык», «Литература», «Информатика».

Уровень освоения программы – базовый. В процессе реализации программы учащиеся не только получают опыт в медийной области, профориентировании, работы с различной техникой, а также приобретают опыт соотнесения своих интересов, индивидуальных особенностей с профессиональными требованиями, но и осуществляют осознанный выбор будущей профессии, направления дальнейшего обучения.

Адресат программы: учащиеся 14 – 17 лет.

Старшие подростки уже достаточно осознанно делают выбор предметной сферы для своего дополнительного образования. Они открыты для восприятия нового материала, в большинстве своем имеют высокий уровень обучаемости и познавательной мотивации, легко идут на контакт и готовы к сплочению в дружный коллектив. В связи с этим они нуждаются в практических занятиях, самостоятельной работе, групповой творческой игре - во всем том, что называется дополнительными программами и социально значимой деятельностью. Учитывая тот факт, что в подростковом возрасте происходит эмоциональное, социальное и психическое становление личности, необходимо использовать все возможности формирования психологической готовности учащихся к выбору профессии в ходе реализации программы.

Наполняемость групп и особенности набора учащихся. Наполняемость групп составляет 10-15 человек. Комплектование постоянного состава группы осуществляется в свободной форме по желанию учащегося на основании письменного заявления родителей (законных представителей) или самого учащегося, достигшего 14 лет. Особых требований к учащимся при зачислении в группы не предъявляется. Экскурсионная деятельность связана с договорённостью с предприятиями и организациями города, в связи с этим допускается корректировка последовательности занятий.

Объем и срок освоения программы. Содержание программы рассчитано на 1 год обучения. Общее количество часов в год - 72 часа.

Режим занятий, периодичность и продолжительность. Занятия проводятся 2 раза в неделю по 1 часу. Общее количество часов в неделю – 2 часа. Продолжительность одного академического часа - 45 мин. Перерыв между учебными занятиями групп не менее 10 минут. Экскурсионная

деятельность связана с договорённостью с предприятиями и организациями города, в связи с этим допускается корректировка последовательности занятий.

Форма обучения – очная. В условиях перехода на дистанционное обучение программа может быть реализована с использованием дистанционных образовательных технологий.

Особенности организации образовательного процесса. Программа реализуется в условиях общеобразовательного учреждения. Содержание и условия реализации образовательной программы соответствуют возрастным и индивидуальным особенностям учащихся.

Направленность программы предполагает регулярное участие сотрудников редакции газеты «Телевизионный вестник» и ГТРК «СТС-Киселевск» в проведении занятий на основе сетевого взаимодействия с ГТРК, что обеспечивает профориентационный и воспитательный компонент содержания программы.

В случае реализации программы с использованием дистанционных технологий образовательный процесс организуется в форме видеоуроков/занятий, с использованием социальных сетей, WhatsApp и т.д. Видеоуроки/занятия могут отправляться учащимся по электронной почте. При необходимости педагогом проводятся индивидуальные консультации с учащимися с использованием приложения для ВКС Zoom, Skype. Контроль выполнения заданий фиксируется посредством фотоотчетов, видеоотчетов, размещаемых детьми и (или родителями) по итогам занятия в группе WhatsApp или на электронную почту педагога (по согласованию).

Педагогическая целесообразность программы заключается в том, что деятельность детских медиацентров является одной из эффективных форм воспитания, подготовки подростков к поиску и анализу информации в различных источниках, способствует творческому самовыражению, социальному, духовному и моральному благополучию, здоровому психическому развитию подрастающего поколения, обучению детей безопасному поведению в сети Интернет. В результате обучения учащиеся получают основы профессиональных знаний в рамках содержательно-тематического направления программы.

1.2. Цели и задачи программы

Цель программы – организация деятельности школьного медиацентра, формирование знаний основ журналистики у учащихся, развитие их коммуникативных компетенций, в том числе в соцсетях, и устойчивых профессиональных предпочтений в сфере масс-медиа.

Задачи программы:

Образовательные:

- познакомить учащихся с основными понятиями журналистики и медиакоммуникаций, с основами самопрезентации, PR-технологиями;
- формировать у учащихся знания об особенностях жанров журналистики и особенностях функциональных стилей русского языка;
- познакомить учащихся с узкоспециализированными профессиональными компетенциями журналиста, оператора, блогера и др.;
- обучить учащихся приемам безопасного пользования сетью Интернет;

Развивающие:

- способствовать формированию и развитию критического мышления учащихся;
- развивать социальную культуру учащихся на основе норм толерантного поведения в поликультурном демократическом обществе, формировать навыки взаимодействия в коллективе;

Воспитательные:

- формировать коммуникативные навыки, развивать нравственные и духовные качества личности, воспитывать патриотизм,
- содействовать профессиональной ориентации и предпрофильной подготовке учащихся, в том числе в сотрудничестве с социальными партнёрами.

1.3. Учебно-тематический план и содержание программы

Учебно-тематический план

№ п/п	Название раздела, темы	Количество часов			Формы аттестации/ контроля
		Всего	Теория	Практика	
	Вводное занятие	2	1	1	Тест
	Раздел 1. Традиционная журналистика. Основные понятия				Викторина «История журналистики»
1.1.	История журналистики.	2	1	1	
1.2.	Средства массовой информации и медиакоммуникаций	4	2	2	Создание и продвижение авторских материалов
1.3.	Жанры в журналистике. Типология. Функциональная стилистика.	6	2	4	

1.3.1.	Информационные жанры в журналистике.	12	4	8	
1.3.2.	Аналитические жанры в журналистике.	12	6	6	
1.3.3.	Художественные жанры в журналистике.	8	4	4	
1.4.	Редакция текстов. Виды редактирования.	4	2	2	
Раздел 2. «АС» - авторский стиль. Развитие критического мышления.					Работа специалиста по PR в социальных сетях. Деловая игра: «Пресс-конференция»
2.1.	Развитие критического мышления, работа с информацией, методы работы с фактическим материалом.	4	2	2	
2.2.	АС – авторский стиль. Фактообразование статьи. Методы работы с фактическим материалом. Понятие авторского права. Понятие плагиата.	2	1	1	
2.3.	PR-технологии. Понятие PR-технологии. Понятие каналов информации. Медийные технологии. Создание образа, брэнда. PR-кампания	4	2	2	
Раздел 3. Сопровождение сайта, блога		5	1	4	Творческое задание. Круглый стол
Раздел 4. Безопасность в сети Интернет		1	1	0	Викторина «Безопасный Интернет»
4.1	Правила безопасного поведения в сети Интернет. Понятия кибер-буллинга, диссинга,				
Раздел 5. Профорientационная проба		4	0	4	Публикация собственного медиапродукта на личной странице в «ВКонтакте»
Заключительное занятие.		2	0	2	Защита творческих проектов
Итого		72	29	43	

Содержание программы

Введение

Актуальность изучения курса «Школьный медиацентр». Работа с выпускниками пресс-центра – расширение горизонтов. Полистаем Атлас новых профессий. Новые ориентиры. Актуальность технической составляющей издательской деятельности. Польза технического образования для современного журналиста.

Раздел 1. Традиционная журналистика. Основные понятия.

Тема 1. История журналистики.

Теория: Занимательные факты журналистики. История первых газет в мире. Виды и типы газетно-журнальных изданий. Кратко об истории отечественной журналистики.

Практика: работа с бумажными печатными изданиями.

Тема 2. Средства массовой информации и медиакоммуникаций.

Теория: Виды современных СМИ. Их функции в обществе. Газета. Рубрики, макет, виды. Качества журналистского текста. Телевидение: СМИ или вид искусства? Радиожурналистика в современном мире. Тематика и PR-технологии. Интернет-издания. Специфика работы. Реклама и PR-технологии в СМИ.

Практика: Рассказ с презентацией. Работа с газетами на различных языках мира. Встреча с тележурналистом. Экскурсия. Беседа. Работа с интернетом.

Тема 3. Жанры в журналистике.

Информационные жанры в журналистике.

Теория: Собственно новость. «Жёсткая» и «мягкая» новость. Лента новостей. Заметка. «Телеграфный стиль». Источники информации: виды. Правило 3-х подтверждений. Корреспонденция и обзор. Отчёт как информационный жанр. Понятие публичного отчёта. Репортаж как жанр. Фоторепортаж. Особенности жанра. Интервью как жанр.

Практика: создание и продвижение авторских материалов.

Аналитические жанры в журналистике.

Теория: Особенности жанров. Тематика и проблематика статьи. Заголовок. Аналитические обозрения как жанр. Полемика как жанр. Эссе как жанр. Рецензия как жанр. Особенности оценочных эпитетов.

Практика: создание и продвижение авторских материалов.

Художественные жанры в журналистике.

Теория: Зарисовка как жанр. Очерк как жанр журналистики. Постановка проблемы. Глобализация мышления. Очерк и эссе: сходство и отличия. Pamфлет и фельетон. Жанровые особенности Юмор и сатира в журналистике.

Практика: создание и продвижение авторских материалов.

Тема 4. Редакция текстов и сопровождение сайта.

Теория: Виды редактирования. Работа с информацией и фактами. Речевые ошибки. Способы сжатия текста. Работа со словом. Средства выразительности. Слова-паразиты, канцеляризм, речевые штампы.

Практика: работа над ошибками с собственными текстами.

Раздел 2. «АС» - авторский стиль. Развитие критического мышления.

Тема 1. Развитие критического мышления

Теория: Методы работы с фактическим материалом – сбор, обработка, проверка, сохранение, цитирование.

Практика: работа над фактообразованием аналитической статьи.

Тема 2. Понятие авторского мировоззрения, авторской точки зрения и авторского стиля

Теория: Авторство как предмет интеллектуальной собственности, понятие медиафраншизы. Авторское мировоззрение и способы его отражения в публицистике и литературном творчестве. Авторские фишки – узнаваемые черты стиля. Понятие бренда. Понятие плагиата.

Практика: создание и продвижение авторских материалов. Эссе на тему: «Как пишем, чем дышим».

Тема 3. PR-технологии

Теория: Понятие PR-технологии. Понятие каналов информации. Медийные технологии. Создание образа PR-кампании. Работа с сайтом организации. Блоги.

Практика: создание и продвижение своего блога в СС (ВК).

Раздел 3. Сопровождение сайта, блога.

Теория: Сайт, блог, страница. Отличия и преимущества. Контент. Жанры. Веб-дизайн. Аватар. Сетикет – этикет и культура общения в сети. Каналы и чаты. Какие есть соцсети? В какой сети лучше развивать свой канал? Охваты, аудитория.

Практика: Работаем со своими блогами и сайтами. Ошибки и находки. Контент и комментарии.

Раздел 4. Безопасность в сети Интернет

Теория: опасность манипулирования и интернет-зависимость. Правила безопасного поведения в сети Интернет. Понятия кибер-буллинга, диссинга.

Практика: Культура общения в Интернете. Сетикет. Проведение викторины.

Раздел 5. Профорientационная проба

Теория: редактирование и монтаж видео, создание и дизайн веб-сайтов, работа с графическими редакторами, написание и редактирование текстов, журналистике.

Практика: публикация собственного медиапродукта на личной странице в «ВКонтакте»

Заключительное занятие

Защита творческих проектов. Подведение итогов работы медиacentра за год Практика: Анализ просмотров и охватов странички школы, выявление удачных и неудачных моментов работы медиacentра в конкретном учебном году.

1.4. Планируемые результаты.

В результате освоения программы учащиеся имеют следующие результаты:

Предметные результаты:

знают:

- основные термины и понятия в рамках журналистского образования и активное их использование в повседневной речи и учебной деятельности;
- историю развития журналистики в России и мире;
- основные современные тенденции в области масс-медиа и СМИ;
- основные правила безопасного пользования сетью Интернет

умеют:

- находить, группировать и анализировать информацию;
- взаимодействовать с партнером, в группе
- создавать тексты различных стилей и видов, брать интервью, создавать контент различных видов.

Личностные результаты:

- становление мировоззрения, способного к осознанию своих прав и прав другого, способности к нравственному саморазвитию в соответствии с общепринятыми нравственными нормами;
- обретение осознанного стремления к труду;
- способность к самооценке собственных склонностей и способностей;
- дисциплинированность, целеустремленность, ответственность,
- целеустремленность, уважение, взаимовыручка, толерантность.

Метапредметные результаты:

- умение организовывать сотрудничество и совместную деятельность с педагогом и сверстниками, работать индивидуально и в группе;
- умение осуществлять поиск информации с использованием литературы и средств массовой информации;
- способность логически и нестандартно мыслить;
- умение быстро действовать в заданных обстоятельствах.

РАЗДЕЛ II.

КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ

2.1. Календарный учебный график

Год обучения	Объем учебных часов	Всего учебных недель	Режим работы	Кол-во учебных дней	Даты начала и окончания учебных периодов/этапов	Продолжительность каникул
1 год обучения	72 ч.	36	2 раза в неделю по 1 часу	72 дня	01 сентября – 31 мая	27 декабря – 10 января

2.2. Условия реализации программы

Методическое обеспечение.

Основной формой организации образовательного процесса является комбинированное учебное занятие. Формы проведения занятий различны: беседа, семинар, встреча с интересными людьми, диспут, игра, концерт, конкурс, лекция, мастер-класс, «мозговой штурм», праздник, практическое занятие, рейд, соревнование, тренинг, экскурсия, эстафета, репетиция, самостоятельная работа, тестирование.

Программа предполагает использование, как традиционных методов и приёмов обучения и воспитания, так и нетрадиционных для более глубокого усвоения знаний и эмоционального их восприятия:

1. словесный (рассказ, беседа, объяснение, обсуждение, лекция, дискуссия, работа с книгой);
2. наглядный (рассматривание таблиц, схем, иллюстративных пособий, плакатов, памяток просматривание фильмов, презентаций);
3. практический (практические работы, упражнения, дидактические игры);
4. объяснительно-иллюстративный (беседа, формулировка фактов, объяснение, показ действия);
5. репродуктивный (устный опрос, игра);
6. частично-поисковый (решение познавательных задач, самостоятельная работа с элементами исследования, игра);
7. исследовательский проблемный (диспут, деловая игра, разбор практических ситуаций);
8. игровой (деловая игра, сюжетно-ролевая игра)
9. дискуссионный (круглый стол, дебаты, анализ ситуация морального выбора, мозговой штурм);
10. воспитания (убеждение, поощрение, упражнение, стимулирование, мотивация и др.).

Образовательные технологии: группового обучения, развивающего обучения, проблемного обучения, коллективной творческой деятельности, развития критического мышления, коммуникативная технология обучения.

Формы организации деятельности учащихся. Групповая форма работы с учащимися используется при реализации программы как основная, т.к. она наиболее оптимальна для формирования коллектива, раскрытия индивидуальности участников программы, реализации мероприятий, проведения акций и т.д.

Индивидуальная работа предполагает изучение индивидуальных особенностей учащихся, определение направления их развития и оптимизацию процесса освоения программы на основе полученных данных с учётом их личных достижений.

Фронтальная работа рассчитана на взаимодействие всего коллектива учащихся (например, при проведении тренингов, игр, участия в социально значимой деятельности).

Алгоритм учебного занятия:

I этап - организационный. Задача: подготовка детей к работе на занятии. Содержание этапа: организация начала занятия, создание психологического настроя на учебную деятельность и активизация внимания.

II этап - проверочный. Задача: проверка имеющихся у детей знаний, умений, их готовность к изучению новой темы. Содержание этапа: собеседование, решение творческих задач.

III этап – подготовительный (подготовка к восприятию нового содержания). Задача: мотивация и принятие обучающимися цели учебно-познавательной деятельности. Содержание этапа: сообщение темы, цели учебного занятия и мотивация учебной деятельности (познавательная задача, проблемное задание).

IV этап - основной.

1. *Усвоение новых знаний и способов действий.* Задача: обеспечение восприятия, осмысления и первичного запоминания связей и отношений в объекте изучения. Использование заданий и вопросов, которые активизируют познавательную деятельность обучающихся.

2. *Первичная проверка понимания.* Задача: установление правильности и осознанности усвоения нового учебного материала, выявление неверных представлений, их коррекция. Использование пробных практические задания, которые сочетаются с объяснением соответствующих правил или обоснованием.

3. *Закрепление знаний и способов действий.* Применяются тренировочные упражнения, практические задания, выполняемые детьми самостоятельно.

4. *Обобщение и систематизация знаний.* Задача: формирование целостного представления знаний по теме. Распространенными способами работы являются беседа и практические задания.

V этап – контрольный. Задача: выявление качества и уровня овладения знаниями, их коррекция. Используются тестовые задания, виды устного и письменного опроса, вопросы и задания различного уровня сложности (репродуктивного, творческого, поисково-исследовательского).

VI этап-итоговый. Задача: дать анализ и оценку успешности достижения цели и наметить перспективу последующей работы. Содержание этапа: педагог сообщает ответы на следующие вопросы: как работали учащиеся на занятии, что нового узнали, какими умениями и навыками овладели.

VII этап - рефлексивный. Задача: мобилизация детей на самооценку. Может оцениваться работоспособность, психологическое состояние, результативность работы, содержание и полезность учебной работы.

VIII этап: информационный. Информация об определении границ применения данного знания или навыка, обсуждение домашнего задания (если необходимо), инструктаж по его выполнению, определение перспективы следующих занятий. Задача: обеспечение понимания цели, содержания и логики дальнейших занятий.

Изложенные этапы могут по-разному комбинироваться, какие-либо из них могут не иметь места в зависимости от педагогических целей.

Программа «Медиацентр» реализуется в единстве учебной и воспитательной деятельности общеобразовательной организации (Программа воспитания МБОУ «СОШ № 14»: (https://14ksl.kuzbasschool.ru/?section_id=18) по следующим направлениям воспитания:

- гражданское воспитание — формирование российской гражданской идентичности, принадлежности к общности граждан Российской Федерации, к народу России как источнику власти в Российском государстве и субъекту тысячелетней российской государственности, уважения к правам, свободам и обязанностям гражданина России, правовой и политической культуры;
- патриотическое воспитание — воспитание любви к родному краю, Родине, своему народу, уважения к другим народам России; историческое просвещение, формирование российского национального исторического сознания, российской культурной идентичности;
- духовно-нравственное воспитание — воспитание на основе духовно-нравственной культуры народов России, традиционных религий 8 народов России, формирование традиционных российских семейных ценностей; воспитание честности, доброты, милосердия, сопереживания, справедливости, коллективизма, дружелюбия и взаимопомощи, уважения к старшим, к памяти предков, их вере и культурным традициям;
- эстетическое воспитание — формирование эстетической культуры на основе российских традиционных духовных ценностей, приобщение к лучшим образцам отечественного и мирового искусства;

- физическое воспитание, формирование культуры здорового образа жизни и эмоционального благополучия — развитие физических способностей с учётом возможностей и состояния здоровья, навыков безопасного поведения в природной и социальной среде, чрезвычайных ситуациях;
- трудовое воспитание — воспитание уважения к труду, трудящимся, результатам труда (своего и других людей), ориентация на трудовую деятельность, получение профессии, личностное самовыражение в продуктивном, нравственно достойном труде в российском обществе, достижение выдающихся результатов в профессиональной деятельности;
- ценности научного познания — воспитание стремления к познанию себя и других людей, природы и общества, к получению знаний, качественного образования с учётом личностных интересов и общественных потребностей.

Материально – техническое обеспечение.

Наличие кабинета для проведения занятий в соответствии с санитарно-гигиеническими требованиями.

№	Наименование	Количество штук на 1 группу
1	Стол учительский	1
2	Стул учительский	1
3	Стол ученический	8
4	Стул ученический	16
5	Компьютер	1
6	Проектор	1
7	Экран	1
8	Принтер	1
9	Сканер	1

Информационное обеспечение

Сопровождение на сайте ОО, в ВКонтакте, в мессенджерах.

Кадровое обеспечение.

Кадровое обеспечение разработки и реализации дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы осуществляется педагогом дополнительного образования, что закрепляется Профессиональным стандартом «Педагог дополнительного образования детей и взрослых (Приказ Минтруда России от 05.05.2018 № 298н).

2.3. Формы контроля

Формы отслеживания и фиксации образовательных результатов.

Для отслеживания результатов освоения программы предусматриваются следующие виды контроля.

- *вводный контроль* проводится с целью выявления образовательного уровня учащихся на начало обучения и способствует подбору эффективных форм и методов деятельности для учащихся;
- *промежуточный* - проводится в конце первого полугодия с целью отслеживания уровня освоения программного материала;
- *тематический контроль* позволяет определить степень сформированности знаний, умений и навыков по темам программы, это дает возможность своевременно выявлять пробелы в знаниях и оказывать учащимся помощь в усвоении содержания материала;
- *итоговый контроль* призван определить конечные результаты обучения.

Формой аттестации по итогам реализации ПРОФБЛОКА программы являются профессиональные пробы:

1. Участие в областном медиасеминаре и профпроба в рамках семинара;
2. Профпроба в рамках реализации социально-педагогического творческого профориентационного проекта «Один день с...»;
3. Профпроба на базе соцпартнёров по реализации программы. За время обучения учащиеся могут принимать участие в конкурсах, соревнованиях медийной направленности разного уровня.

2.4. Оценочные материалы (Приложение)

Оценочные материалы перечисляются конкретные, из учебно-тематического плана, и конкретные тесты и диагностики, сценарии приводятся в приложении

Этапы диагностики	Форма аттестации/диагностики
<i>вводный</i>	Тестирование
<i>промежуточный</i>	Творческое задание. Круглый стол
<i>тематический</i>	Викторина «История журналистики
	Создание и продвижение авторских материалов
	Деловая игра: «Пресс-конференция»
	Викторина «Безопасный Интернет»
	Публикация собственного медиапродукта на личной странице в «ВКонтакте»
<i>итоговый</i>	Защита творческих проектов

Формы и методы оценивания результатов: педагогическое наблюдение, создание ситуаций проявления качеств, умений.

Формы фиксации результатов: протокол.

Форма оценки: уровень (высокий, средний, низкий).

2.5. Методические материалы

В программе используются различные **формы организации занятий:** элементы тьюторского сопровождения и наставничества, методики обучения с использованием регионального компонента, проблемно-опережающее и проектное обучение. Также используются коммуникативные тренинги и коуч-сессии, лидерские тренинги.

Для обучения учащихся в практической деятельности предусмотрены экскурсии в издания СМИ – радио и ТВ, печатных изданий, мастер-классы от медийных лиц и журналистов, пресс-туры.

Алгоритм учебного занятия:

1. Приветствие. Целеполагание.
2. Проверка знаний.
3. Мотивирующая беседа.
4. Освоение нового материала. Беседа с педагогом.
5. Самостоятельный поиск решения задачи. Творческая работа.
6. Мониторинг. Рефлексия.
7. Прощание. Творческие задачи для самостоятельной работы.

Дидактические материалы:

1. Поисковые системы и платформы в сети Интернет: сайт ОО, Госпаблик, сайты и блоги учащихся.
2. Презентации и видеоматериалы к занятиям по темам.
3. Аудиоматериалы и клипы к занятиям. Подкасты.
4. Учебные и учебно-тематические пособия.
5. Подборка тестов и анкет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Каменская Е. ПСИХОЛОГИЯ РАЗВИТИЯ И ВОЗРАСТНАЯ ПСИХОЛОГИЯ: КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2020. — 251с.
2. Киршина Е.А., Залещук В.Г. РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ МИРОВОЗРЕНИЯ МОЛОДОГО ЧЕЛОВЕКА // СГН. 2020. №1 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-molodezhnyh-smi-v-formirovanii-mirovoznreniya-molodogo-cheloveka> (дата обращения: 08.09.2023).
3. Козлова В.А. Общая педагогика. Курс обзорных лекций. — Москва: Просвещение, 2020. — 285 с.
4. Курнослова, Е. Социальные сети в цифрах / Е. Курнослова. — Текст : электронный // mediascope : [сайт]. — URL: https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019_Mediascope_%D0%95%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9A%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A0%D0%98%D0%A4+%D0%9A%D0%98%D0%91%202019.pdf (дата обращения: 15.09.2023).
5. Морозова Анна Анатольевна, Соколовских Алёна Станиславовна МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ КОНТЕНТА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ // Челябинский гуманитарий. 2019. №3 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediapotreblenie-molodezhnoy-auditoriey-kontenta-sotsialnyh-setey-sotsiologicheskiiy-portret-polzovatelya> (дата обращения: 08.08.2023).
6. Новоскольцева Юлия Юрьевна, Качанова Елена Анатольевна РАЗВИТИЕ ВНУТРИВУЗОВСКИХ СМИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ // Муниципалитет: экономика и управление. 2022. №2 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-vnutrivuzovskih-smi-kak-innovatsionnyy-proekt-sotsializatsii-sovremennoy-molodezhi> (дата обращения: 08.09.2023).
7. Огнева, А. С. Социальные сети: понятие, виды, технологические возможности продвижения / А. С. Огнева. // Молодой ученый. — 2021. — № 9.
8. Руденкин Дмитрий Васильевич ВИДЕОБЛОГИ КАК АЛЬТЕРНАТИВА СМИ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ: ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ // Бюллетень науки и практики. 2020. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/videoblogi-kak-alternativa-smi-dlya-rossiyskoy-molodezhnoy-auditorii-proverka-gipotezy> (дата обращения: 08.09.2023).
9. Усиченко Е.Д. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ // Форум молодых ученых. 2018. №7 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-instrument-organizatsii-i-prezentatsii-molodezhnyh-meropriyatiy> (дата обращения: 08.09.2023).

Список литературы для родителей

Интернет-ресурсы:

1. Профблок «Основы журналистики» – [Электронный ресурс]. / Режим доступа:

http://www.journ.msu.ru/downloads/2016/%D0%9E%D0%96_2_2016.pdf (дата обращения: 12.05.2023г.).

2. ЦИТИРОВАНИЕ, ПРАВИЛА И СПОСОБЫ

Можно ли процитировать фотоизображение? Оказывается, нельзя....

[Электронный ресурс]. / Режим доступа:

https://zakon.ru/blog/2016/08/10/mozhno_li_procitirovat_fotoizobrazhenie_okazyvaetsya_nelzya; (дата обращения 12.05.2023г.)

3. Что такое памфлет?

Сатирические и юмористические жанры [Электронный ресурс]. /Режим доступа: <http://genefis.ru/view.php?id=29>

<http://school6krsk.narod.ru/g-book/pages/SATIRA.html> (дата обращения 12.05.2023г.)

ВЕРСТАЛЬЩИК – его основной функционал – компьютерная верстка печатных и интернет-СМИ, создание макетов изданий. Должен уметь работать в специальных программах, пользоваться копировальной техникой и МФУ (многофункциональными устройствами).

ВКОНТАКТЕ – социальная сеть, пригодная для работы медиacentров. Инструментарий данной социальной сети позволяет педагогам сделать родителей обучающих своими союзниками, активными участниками в духовном, патриотическом воспитании детей, здесь появляется возможность давать и принимать советы, обсуждать и разрешать сложившиеся ситуации, выстраивать диалог со всем участниками воспитательного процесса. Контент в социальных сетях – это информационное наполнение аккаунта или группы, это то содержание, которое мы доносим до своей аудитории через новостную ленту. Когда его формируют дети, родители становятся активными потребителями информации. Важно понимать, что каждая группа Вконтакте – это особая социокультурная среда, где вырабатывается своя система ценностей и правила поведения у членов сообщества. Идеи для контента в группах можно черпать отовсюду. Это могут быть цитаты и размышления исторических персонажей, современных общественных деятелей; опросы в течение одной минуты, одного часа, одного месяца и т.д.; статические данные, графики, которые относятся напрямую к деятельности сообщества; инфорграфика; фотографии, вызывающие позитивные эмоции; полезные советы, национальные и народные праздники и т.д.

ГОСПАБЛИКИ — это официальные страницы и сообщества Государственных органов, Органов местного самоуправления, а также подведомственных организаций — в самых популярных социальных сетях: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Телеграм».

ЖАНР в журналистике – форма отражения в текстах СМИ обобщенной реальной жизни, событий, мероприятий, явлений. В журналистике существует система журналистских жанров, где жанры разбиты на группы, каждая со своими четкими задачами, которые и определяют специфические особенности каждого жанра. Все жанры предназначены для решения определенных информационных задач. Исторически сложилось так, что отличительными особенностями журналистских жанров являются объективность, достоверность, опора на реальные факты действительности.

ЖУРНАЛ – это периодическое издание, содержащее многообразную информацию социального характера. Школьные журналы бывают еженедельные и ежемесячные, а также выходящие раз в два месяца или реже; различные по тематике (о технике, про рукоделие, о моде, о животных и т.д.); по характеру подачи информации: развлекательные, образовательные. Чаще всего школьные журналы посвящены жизни школы и рассказывают о

достижениях учеников, интересных мероприятиях и событиях, имеющих особую значимость для жизни школы. Здесь можно публиковать аналитические, публицистические материалы, стихи, рисунки, кроссворды. Разнообразие в этом случае красит. Существуют радио- и теле-журналы.

ЗАМЕТКА – содержит новость. Новость – это рассказ о событии, что позволяет быстро ввести читателя или слушателя в курс дела. Основой любой новости являются ответы на вопросы – ЧТО? ГДЕ? КОГДА? Также из множества событий, происходящих в мире, журналисты отбирают те, которые соответствуют одному из четырех критериев: 1) значение события; 2) масштаб события; 3) участие в событии знаменитости; 4) драматизм случившегося. Ученые выделяют два структурных типа заметки: первый – представляет собой ответы на основные вопросы (представленные выше); второй – текст, сопровождающийся коротким комментарием, другими словами, автор журналистского материала связывает основное событие, лежащее в основе заметки, с другими фактами или явлениями действительности.

ИНТЕРВЬЮ. Основная форма данного жанра – диалог, который применяется для передачи актуальной социально значимой информации. Собеседниками журналиста выступают общественные деятели, чиновники, активисты и другие интересные лица. Все сведения, комментарии, которые транслируются в журналистском материале, принадлежат респонденту. И обычно успех зависит от того, получилось ли журналисту разговорить своего собеседника, создать доверительные условия для беседы. Л.Г. Свитич отмечает, что «интервью может играть даже роль официального политического документа, если его дает журналисту крупный политический деятель, глава правительства, президент. Особенность таких официальных интервью в том, что они отражают не индивидуальное мнение, а точку зрения официальной власти, политической партии, движения». Работа над интервью условно можно разделить на несколько этапов: подготовка, проведение и завершение. При планировании интервью изучите информационные ресурсы, продумайте стратегию беседы и составьте вопросы, которые вы собираетесь задать, напишите электронное письмо или позвоните по телефону и согласуйте время и место встречи. В науке выделяются такие виды интервью, как интервью-диалог, интервью-монолог, интервью-сообщение, интервью-зарисовка, коллективное интервью, интервью-анкета, протокольное интервью.

ИНФОГРАФИКА — это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и четко преподнести сложную информацию. Одна из форм графического и коммуникационного дизайна. Спектр её применения огромен: география, журналистика, образование, статистика, технические тексты.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ – это набор компетенций, необходимых для получения, понимания, оценки, адаптации, генерирования, хранения и представления информации, используемой для анализа проблем и принятия решения. Включает в себя пользовательские навыки технологиями.

ИНФОРМАЦИЯ – знания, факты, представленные в доступной для понимания форме. Она может быть передана при помощи различных технологий или при личном общении. Существуют различные информационные материалы, контент, которые отличаются друг от друга по степени надежности, точности, ценности. И здесь надо ответить для себя на несколько вопросов: «Какой источник в каждом конкретном случае будет наиболее надежным для получения информации»? «Какие источники являются объективными, качественными и лишены скрытых мотивов»?

КОНТЕНТ – это информационное содержание сайта (тексты, графическая, звуковая информация и др.), а также книги, газеты, сборника статей, материалов и др.

КОНТЕНТ-МЕНЕДЖЕРЫ – занимаются поиском актуальной информации в Интернете, продвигают журналистские материалы школьного (детского) пресс-центра в сети, составляют контент-план по освещению актуальных событий.

МЕДИА — Первая часть сложных слов со значением – относящийся к средствам массовой информации. Обширное понятие, включающее в себя средства коммуникации, способы передачи информации, а также образываемую ими среду.

МЕДИАХОЛДИНГ – это группа разных СМИ, объединившихся в одну большую компанию. При этом важно, что все они сохраняют своё лицо, узнаваемость. Основной целью медиахолдинга является информирование детей о событиях, происходящих в школе, лагере, о проблемах и путях их решения, о ярких событиях и достижениях и т.д.

МЕДИАЦЕНТР – это информационный центр образовательной деятельности школы, обеспечивающий свободный доступ к различным видам информационных ресурсов. Медиацентр — это площадка, которая объединяет молодых людей в желании заниматься творчеством, проявлять таланты, а также демонстрировать свою точку зрения на события и делиться ею с окружающими. Как делать контент, вести себя в социальных сетях, писать тексты, снимать видео и фото, монтировать ролики и звук, держаться в кадре, работать с микрофоном — этому и многому другому студенты учатся на практике, осваивая азы журналистики в медиацентрах. Там же они развивают такие социальные навыки, как умение принимать решения, брать ответственность, работать в коллективе, договариваться друг с другом и даже руководить. «Если мы говорим о полноценном медиацентре, это место, которое, с одной стороны, является точкой для практики студентов, а с другой — местом их социализации», — отметил Сергей Косенчук, заместитель исполнительного директора Международной ассоциации студенческого телевидения (МАСТ), которая поддерживает развитие вузовских медиацентров. Медиацентр – это профессиональная площадка для проведения событий, взаимодействия с медиа и создания информационных продуктов. Медиацентр специализируется на темах социальной активности, деятельности некоммерческих организаций, корпоративной социальной

ответственности, гражданских инициатив, благотворительности и волонтерства.

МЕДИЙНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРАМОТНОСТЬ – это система базовых компетенций человека, позволяющая ему эффективно выстраивать коммуникационные отношения в обществе на всех уровнях медиаактивности.

МУЛЬТИМЕДИА — это совокупность разнообразного контента, который человек потребляет одновременно через разные органы чувств. Пример мультимедиа — симулятор вождения автомобиля для сдачи экзамена в ГАИ. В нем есть всё: и графика, и звук, и текстовые подсказки, и интерактивное управление через игровой руль.

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЙ – использующий средства мультимедиа (изображение, звук, анимацию, текст и т. п.) и возможность работы с ними. Данные, или содержание, которые представляются одновременно в разных формах: звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд.

ОТЧЕТ – это жанр, в котором представлены особенности и итоги общественнозначимых событий (конкурсов, конференций, семинаров, фестивалей, спортивных и творческих мероприятий, флешмобов и т.д.). Данная форма журналистских материалов дает возможность ставить и анализировать актуальные вопросы и проблемы, намечать пути решения и транслировать это своей целевой аудитории. Отчет, как правило, информирует или дает прогноз. Этот жанр представляет собой подробное детальное описание факта (тематика выступлений, основные положения концепций, характеристика докладчиков, описание реакции зала, дискуссия) и его значения для социума. Отчет – это строгий документальный жанр, написанный стилистически, грамматически и лексически верно, поэтому допускается использование цитат, прямой речи, полученных из материалов выступлений. Существует несколько видов отчета как жанра журналистики.

ОЧЕРК – жанр художественно-публицистической журналистики, в котором журналист воссоздает портрет человека, явления действительности, события, опираясь на факты, и используя при этом широкий пласт художественно выразительных приемов. Такой журналистский материал вызывает, как правило, ассоциацию с произошедшими событиями. Очерк – сообщение о том, что окружает человека и природу, результаты деятельности мегаполиса и проблемы, которые встают перед нами. Главным предметом очерка становится человек. Специфическими особенностями очерка являются: авторское «я», интимизация, эскизность, документальность, злободневность, типизация героя, образность, ассоциативность, известная доля вымысла.

ПОСТ — публикация или новость в интернете, в блоге. **Репост** — перепечатка (распространение) поста в интернете. **Автопостинг** — автоматическая трансляция публикаций на сайты, в блоги, микроблоги, социальные сети и т. д. **Виды постов в социальных сетях:** информационные; развлекательные; инфографика; рекламные (продуктовые) и др. Структура поста: Коротко опишите мероприятие. Поделитесь эмоциями

и результатами, к которым пришли ваши гости. Как изменилась их жизнь после ивента, какие возможности вы им открыли и что ждёт их дальше. Не забудьте в конце поста пригласить читателя прийти на ваши следующие мероприятия.

ПОСТ-РЕЛИЗ — это один из рабочих PR-терминов, означающих информационный материал, публикуемый в средствах массовой информации по следам проведенных мероприятий. Пост-релиз – это краткое информационное сообщение для прессы. В отличие от статьи, пост-релиз – это короткая заметка, которая требует гораздо меньше времени и сил на её написание. Особенность пост-релиза в отличие от прямой рекламы и тематической статьи состоит в том, что это краткое сообщение, содержащее в себе ту или иную новость. Конечная цель деятельности по рассылке пост-релизов состоит в том, чтобы формировать и поддерживать определенный имидж ведомства (организации, учреждения и т.д.) в глазах общественности. Пост-релиз пишется о каком-либо событии, как правило, связанным с определенным временным периодом, именно поэтому писать его следует как можно скорее, пока само событие еще не потеряло актуальность. Лучше всего, если он будет написан и отправлен в этот же или через день – два после мероприятия. Каждый пост-релиз должен содержать следующие элементы: заголовок, вводный абзац (резюме), основная часть, контакты ответственного лица. Традиционно текст пост-релиза строится по принципу перевернутой пирамиды: самая основная информация дается в начале материала. *Очень важно насытить деталями свой материал. Простое оповещение аудитории о том или ином мероприятии вряд ли будет кому-то интересно.* Не стоит стараться рассказать обо всем: идеальный пост-релиз занимает страничку, максимум – две. Когда мы называем человека в пост-релизе, то полностью пишем его должность, фамилию имя и отчество. Все аббревиатуры в тексте должны быть расшифрованы. Все названия образовательных учреждений нужно писать полностью. Вместе с пост-релизом стоит прислать 3-4 фотографии с мероприятия.

ПРЕСС-РЕЛИЗ – Информационный пресс-релиз — информирует о текущем, ещё не завершённом событии или анонсирует его.

ПРЕСС-СЛУЖБА — это отдел коммерческой компании или госучреждения, который от имени этой организации взаимодействует со СМИ и общественностью.

ПРЕСС-ЦЕНТР — (англ. press centre) служба информации, организуемая на период съездов, конференций, совещаний и т.д. или существующая постоянно при какой-либо организации, занимающейся освещением мероприятий. Отдел информационного и организационного обслуживания прессы, журналистов (на конференциях, фестивалях, международных спортивных состязаниях и т. п.).

РЕПОРТАЖ – один из самых популярных и распространенных жанров в современной журналистике. Данный жанр призван сократить дистанцию между автором и целевой аудиторией. Тематика репортажей может быть разнообразной, авторы преодолевают как географические, так и

социальные границы. Журналисты, пишущие в данном жанре, должны использовать такой метод сбора информации, как включенное наблюдение, становясь при этом непосредственным участником событий. Репортажу присущи такие качества: оперативность, динамичность повествования, наглядность, авторское «я» в тексте. Исследователи репортажа представляют различные классификации жанра. Например, по коммуникативной направленности выделяются аналитический и информационный, по методу изображения объекта или предмета – тематический, событийный, постановочный и проблемный, по техническим характеристикам – прямой и фиксированный и т.д. Репортаж существует сегодня во всех видах журналистской деятельности: на телевидении и радио, в печатных СМИ и в Интернете.

РЕЦЕНЗИЯ – жанр, служащий для осмысления и оценки произведений искусства, театра, литературы и кинематографа, построенный на анализе идейных позиций автора по отношению к тому или иному явлению действительности. Основным назначением рецензии является помощь в открытии новых произведений, явлений действительности в политических, экономических, культурологических вопросах.

РИСКИ работы в сети Интернет: 1) заражение вредоносным программным обеспечением; 2) доступ к материалам с нежелательным контентом; 3) азартные и жестокие игры; 4) интернет-зависимость.

СМИ – под **средством массовой информации** понимается периодическое печатное (сетевое) издание, теле- или радиоканал, теле-, радио- видеопрограмма, кинохроникальная программа, или любая другая форма распространения массовой информации с постоянной периодичностью под постоянным наименованием. Традиционно, СМИ делятся на печатные, телевидение, радио и интернет. Хотя разделение это весьма условно, так как постоянно меняющаяся информационная среда или стираются границы СМИ, что приводит к возникновению новых форм подачи информации, в том числе мультимедийных.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ – учёными под этим понимается интерактивная, многопользовательская площадка, основной контент которой наполняется участниками сети, они чаще даже незнакомы лично и находятся на удаленном расстоянии друг от друга. Однако пользователи социальных сетей объединяются по разным признакам: профессиональным, возрастным, религиозным, учебным и т.д. Существует много видов социальных сетей, например, Вконтакте, Одноклассники, Twitter, Instagram, Facebook. В соц. сетях возникают социальные связи и касаются чаще всего совместной работы или учебы, дружбы и симпатии, обмена деловой информацией или развлекательного контента. Эти платформы позволяют экономить время, дают возможность общаться в онлайн режиме, систематизировать новости об учебной и внеучебной деятельности обучающихся.

ФОТОКОРРЕСПОНДЕНТ занимается подготовкой фотографий к журналистским материалам печатных и электронных изданий школьного

(детского) пресс-центра. В детском пресс-центре необходимо создавать пары «Корреспондент-фотокорреспондент» для ускорения работы на репортажах.

ЭВЕНТ (Ивент) Event (с англ. «событие») — публичные мероприятия, которые носят развлекательный и/или рекламный характер. Ивент (event) организуют для продвижения бренда, его товаров и услуг.

ЭССЕ – это сочинение небольшого объема, сочетающее в себе подчеркнуто индивидуальную позицию автора по конкретному поводу или вопросу без притязаний на исчерпывающую трактовку предмета. Автор эссе обобщает, раскрывает философские мысли, обычно это происходит под влиянием особого значимого момента жизни.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Правила подготовки и ведения интервью

Интервью – от англ. Interview – предназначенная для печати беседа журналиста с политическим или общественным деятелем, деятелем культуры или спорта или др.

Существует ряд правил по организации, подготовке и проведению интервью:

- 1. Организация.** Если у вас возникла необходимость взять у кого-то интервью, то вы должны сначала договориться о нём с тем человеком, у которого хотите его взять или с тем, кто отвечает за интервью этого человека с прессой. Врываться в жизнь незнакомого человека, не предупредив его заранее, во всём мире считается неприличным и портит имидж издания. Договор можно осуществить по телефону или при встрече, заодно передав примерные вопросы, которые вы хотите задать, чтобы человек мог подготовиться к беседе.
- 2. Подготовка.**
 - **Сбор информации** о человеке, предприятии, на котором он работает, партии, в которой он состоит, его семейном положении ит.д.;
 - **Составление вопросов и их вариантов** с учётом собранной информации. Основных вопросов должно быть не более 3 – 4, и всего не более 10 – 12 иначе вы просто рискуете не получить ответы, так как человек устанет беседовать с вами. На все вопросы должны быть варианты – другие формулировки.
 - **Техническое обеспечение интервью.** На интервью следует брать те средства записи информации, которые соответствуют обстановке, в которой пройдёт интервью. Это могут быть традиционные блокнот и ручка, блокнот и карандаш, диктофон, фотоаппарат. Если вы едете на интервью куда-то далеко, то следует подумать и позаботиться о том, как не опоздать и вернуться обратно.
 - **Внешний вид журналиста.** Следует продумать свой внешний вид исходя из обстановки, в которой пройдёт интервью и погодных условий. В любом случае, вы должны выглядеть опрятно, аккуратно и по-деловому. У вас должна быть удобная обувь и удобная сумка, в которой вы принесёте своё оборудование, и на которой вам вполне возможно придётся писать. Большое значение имеют причёска, осанка и аксессуары. Также следует заранее определиться с позой сидения, стояния, с мимикой и жестами.
 - **Если журналист внезапно заболел** или постоянно принимает какие-то лекарства, то их нужно принять заранее или после интервью, но не прерываться на это занятие во время работы.

3. Ведение интервью. Первые минуты – это очень важно. Как вы вошли, как представились, как держитесь, как выглядите, как говорите – всё это имеет решающее значение для того, захочет ли человек с вами общаться или постарается выпроводить сразу же. Несколько вопросов о самочувствии, семье и делах собеседника помогут вам установить доверительную атмосферу и самому подготовиться к работе.

4. Дополнительные правила.

- Не разуваться,
- Не фотографировать без согласия и разрешения собеседника,
- Не протягивать руки, если вам её не протянули первому.

5. Ведение интервью. Первые минуты – это очень важно. Как вы вошли, как представились, как держитесь, как выглядите, как говорите – всё это имеет решающее значение для того, захочет ли человек с вами общаться или постарается выпроводить сразу же. Несколько вопросов о самочувствии, семье и делах собеседника помогут вам установить доверительную атмосферу и самому подготовиться к работе.

В течение интервью нельзя перебивать собеседника, надо давать ему время для обдумывания ответов.

Нельзя давить на собеседника или шантажировать его.

Неприличным считается ловить на слове, загонять в тупик своим остроумием или вопросами – вообще показывать своё превосходство.

Отказ отвечать на какие-то из ваших вопросов следует тактично замалчивать и обходить, чтобы продолжить беседу по другим вопросам.

Нельзя додумывать ответы за вашего собеседника. Объективность и точность – это не только основа интервью, но и залог вашей репутации как опытного и честного журналиста.

По ходу интервью вы можете соглашаться или возражать своему собеседнику, но не стоит пытаться изменить его точку зрения. Помните, что вы всего лишь добываете необходимую информацию, которая интересна другим людям, а не проводите диспут или агитацию.

Нельзя допускать оценочных высказываний в адрес вашего собеседника, даже если он вам не симпатичен.

Нельзя отвечать на провокации или угрозы точно также.

Не стоит разделять с вашим собеседником трапезу, если только ваш отказ не будет им воспринят как оскорбление.

Инструментарий мониторинга дополнительной общеразвивающей программы «Школьный медиацентр»

Мониторинговая карта № 1

Тип задания: тест

Группа	Программа								
	«Школьный медиацентр»								
Ф.И. обучающегося	Тема								
	«Основы журналистики. Газета. Газетные жанры».								
<p>1. Назовите родину слова «газета»:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Франция b. Италия c. Венеция d. Ницца <p>2. История слова «газета» пошла от:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Мелких пуговиц b. Мелких монет c. Мелких ракушек d. Бусинок <p>3. Запишите информационные жанры журналистики:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. _____ b. _____ c. _____ d. _____ e. _____ <p>4. Подчеркните вопросы, на которые отвечают информационные жанры журналистики: Чей? Откуда? Кто? Что? Каков(а,ы)? Где? Когда? Откуда? Который? Зачем?</p> <p>5. Выберите слово, от латинского корня которого происходит название одного из информационных жанров:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Место b. Время c. Причина d. Следствие <p>6. Подчеркните информационно-художественные жанры: Рассказ, зарисовка, очерк, сказка, повесть, памфлет, эпитафия, поэма, эпитафия, рецензия, творческий репортаж, элегия, роман.</p> <p>7. Проведите линии соответствия (2 к 1) между жанрами и их классификацией:</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td>a. Заметка</td> <td>А. Информационные</td> </tr> <tr> <td>b. Очерк</td> <td>Б. Информационно-художественные</td> </tr> <tr> <td>c. Интервью</td> <td>В. Аналитические</td> </tr> <tr> <td>d. Статья</td> <td>Д. Художественные</td> </tr> </table>		a. Заметка	А. Информационные	b. Очерк	Б. Информационно-художественные	c. Интервью	В. Аналитические	d. Статья	Д. Художественные
a. Заметка	А. Информационные								
b. Очерк	Б. Информационно-художественные								
c. Интервью	В. Аналитические								
d. Статья	Д. Художественные								

- e. Зарисовка
- f. Новелла
- g. Обзор
- h. Баллада

8. Подчеркните, что входит в заголовочный комплекс:

Заголовок, текст, абзац, интертекст, подзаголовок, ЛИД, цитата, курсив, мини заголовки, видеоряд, рубрика, колонка, микротема.

Мониторинговая карта № 2
Тип задания: творческая работа

Группа		Программа
		<i>«Школьный медиацентр»</i>
Ф.И. обучающегося		Тема
		<i>«Основы журналистики. Газета. Газетные жанры».</i>
Ситуация		Задание
1	На трассе перевернулся грузовик с тушёнкой	Опишите это событие в одном из жанров (на выбор): 1. Заметка 2. Репортаж 3. Интервью (Определите с кем)
2	Срочное задание от редактора: описать в аналитической статье, какие пути решения проблемы транспортных пробок ищет администрация города	1. Составить алгоритм действий по написанию статьи 2. Составить список интервью, которые вам необходимо провести для сбора информации 3. Составить список дополнительных источников информации 4. Определить, как добавить к аналитической статье видеоряд
3	Создаётся альманах детской публицистики	1. Написать портретный очерк на одну из тем: «Мамины глаза», «Человек в зеркале», «Сосед по парте», «Лохматый друг», «Добрый доктор». 2. Написать зарисовку на одну из тем: «Старушки с собачками», «Зимние карапузы», «Рынок». 3. Написать проблемный очерк на одну из тем: «И вот общественное мнение», «Страхи, которые делают нас смелее», «Деньги и дети», «Хобби в нашей жизни», «Я хочу себе мопед!», «Субботникам – нет» (Знак в последнем заголовке поставьте сами!)
<i>Вы можете выбрать для выполнения творческой работы одну из предложенных ситуаций, или попробовать справиться с каждой!</i>		

Инструментарий мониторинга дополнительной общеразвивающей программы «Школьный медиацентр»

Входной тест по журналистике

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%

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Инструментарий мониторинга дополнительной общеразвивающей программы «Школьный медиацентр»

1. Публикация собственного медиапродукта на личной странице в «ВКонтакте»

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

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

Требования к объекту оценивания:

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

Критерии оценки	Показатели
1. Критерии авторства	
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.

2. Критерии соответствия жанру	
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»: - 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: - 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.

Критерии контрольного задания: «Видеорепортаж».

Максимальное количество баллов за конкурсную работу – 25.

Критерий	Описание	Балл
<i>Технический уровень (объективная оценка)</i>	- Логичная смена планов. Нет ошибок монтажа (нет подряд одинаковых крупностей, движений в разные стороны в соседних кадрах, перепадов по свету, панорам без начала и конца и т.д.);	5

- нет лишних видеопереходов;
- операторское мастерство (попадание в фокус, нормальная композиция кадра, нет дрожания кадра, не «завален» горизонт и т.д.);
- записанный звук имеет оптимальный уровень и шум;
- смена кадров логически связана с использованной музыкой. При наличии в кадре интервью с «синхронном» (или иное видео со своим звуком) соблюдается синхронизация с изображением.

<i>Содержание</i>	- полнота раскрытия темы; языковое оформление ролика и видеоряд в полном объеме раскрывает идею авторов; высказывания и кадры синхронны, логичны и последовательны; - режиссура.	5
<i>Организация</i>	- продолжительность видеоролика не более 3 минут; логичность изложения информации.	5
<i>Языковое оформление</i>	- используется разнообразная лексика; - отсутствуют грамматические ошибки; - живая речь ценится выше, чем титры.	5
<i>Художественный уровень и оригинальность (субъективная оценка)</i>	- оригинальность идеи и творческое решение; - порядок представления информации логичен и служит достижению определенной задачи; - соответствие задачи музыкального и звукового сопровождения.	5

1. Актуальность темы: видеорепортаж должен затрагивать важные события, проблемы или достижения, которые связаны с школьной жизнью или образованием.

2. Интересность: видеорепортаж должен быть увлекательным и привлекательным для школьной аудитории, чтобы вызывать их интерес и внимание.

3. Качество съемки и монтажа: видеорепортаж должен иметь высокое качество съемки, хорошую освещенность, четкий звук и аккуратный монтаж.

4. Профессиональное ведение: видеорепортаж должен быть проведен профессиональным ведущим или журналистом, который хорошо понимает тему и умеет быть интересным и понятным.

5. Интервью репортера и/или экспертов: видеорепортажи могут включать интервью с репортером или экспертами, чтобы предоставить дополнительную информацию и видение на тему.

6. Уровень безопасности: видеорепортажи должны соблюдать правила безопасности при съемке и представлять информацию безопасным и аккуратным способом.

Инструментарий мониторинга дополнительной общеразвивающей программы «Школьный медиацентр»

Викторина «Безопасный интернет»

1. Вопрос: Какая информация на интернете необходима держать в секрете?

- a) Имя и фамилия
- b) Пароль и логин
- c) Адрес и телефон

Ответ: c) Адрес и телефон

2. Вопрос: Что такое кибербуллинг?

- a) Обман в сети
- b) Проведение компьютерных игр вместе с друзьями
- c) Хулиганство в Интернете

Ответ: c) Хулиганство в Интернете

3. Вопрос: Какие правила безопасности нужно соблюдать при скачивании файлов из Интернета?

- a) Скачивать только с проверенных ресурсов
- b) Скачивать все файлы без проверки
- c) Скачивать только из писем от знакомых людей

Ответ: a) Скачивать только с проверенных ресурсов

4. Вопрос: Какой вид информации необходимо проверять перед ее распространением в социальных сетях?

- a) Личные данные
- b) Всю информацию без исключений
- c) Название школы и учебного заведения

Ответ: a) Личные данные

5. Вопрос: Какая информация является надежным источником для выполнения домашних заданий и исследований?

- a) Обзоры и статьи на проверенных сайтах
- b) Слухи и информация из социальных сетей
- c) Личные мнения и отзывы пользователей

Ответ: a) Обзоры и статьи на проверенных сайтах

6. Вопрос: Какой вид информации необходимо размещать в открытом доступе в социальных сетях?

- a) Личные фотографии и видео
- b) Домашние адреса и телефоны
- c) Паспортные данные и пароли

Ответ: нет правильного ответа, все варианты неправильные.

7. Вопрос: Что следует делать, если стал жертвой кибербуллинга?

- a) Оставаться в тишине и ничего не предпринимать
- b) Ответить на обидные сообщения и угрозы
- c) Обратиться к взрослым за помощью

Ответ: c) Обратиться к взрослым за помощью

8. Вопрос: Что следует делать, если на интернет-форуме вас попросили поделиться своими личными данными?

- a) Предоставить всю необходимую информацию
- b) Написать, что вы не готовы делиться своими личными данными
- c) Ответить, что вы не знаете своих личных данных

Ответ: b) Написать, что вы не готовы делиться своими личными данными

9. Вопрос: Какой ресурс является подходящим для поиска надежной информации?

- a) Случайная статья в Интернете
- b) Официальный сайт организации
- c) Личный профиль в социальных сетях

Ответ: b) Официальный сайт организации

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

Инструментарий мониторинга дополнительной общеразвивающей программы «Школьный медицентр»

Критерии круглого стола основываться на следующих критериях:

1. Качество докладов: оценивается содержание и глубина представленных докладов, их актуальность и информативность. Речи должны быть логичными, аргументированными и подкрепленными достоверными источниками.
2. Умение выступать публично: оценивается ораторское мастерство докладчиков, умение общаться с аудиторией, четкость и понятность изложения материала, использование грамотной риторики и невербальных коммуникаций.
3. Вовлечённость аудитории: оценивается активное участие аудитории в дискуссии и обсуждении предложенных тем, задаваемые вопросы, высказывания мнений и аргументы. Также оценивается уровень диалога между участниками круглого стола.
4. Наличие и разнообразие точек зрения: оценивается представленность различных сторон вопроса, а также умение докладчиков выслушивать и учитывать мнения и идеи других участников круглого стола.
5. Взаимодействие между участниками: оценивается адекватность коммуникации, умение слушать и аргументированно отстаивать свои позиции, уважение к точке зрения других участников.
6. Обратная связь: оценивается возможность участников круглого стола получить отзывы и комментарии о своём выступлении, задать вопросы и обсудить вопросы, связанные с мероприятием.