

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ КАЗЕННОЕ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ «ШКОЛА-ИНТЕРНАТ № 3  
ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ»**

СОГЛАСОВАНО  
Педагогическим советом  
Протокол от 17 сентября 2025 года № 1/1

УТВЕРЖДАЮ  
Директор  
ГКОУ АО «Школа-интернат № 3 »  
В.Е. Русяева  
17 сентября 2025 года

**ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН  
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ**

**СВЕДЕНИЯ О СЕРТИФИКАТЕ ЭЭП**

Сертификат:  
0096D595EF74275A9C9C746AAD50A409FE  
Владелец: Русяева Вера Евгеньевна  
Действителен: с 23.07.2025 до 16.10.2026

**ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ АДАптиРОВАННАЯ  
ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА  
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ  
ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ  
С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ  
«МЕДИАЦЕНТР»**

Уровень программы: стартовый

Направленность программы: социально-гуманитарная

Адресат программы: дети с нарушениями слуха и речи 10-18 лет

Срок реализации программы: 1 год

Составитель: А.А. Нуруллина  
учитель высшей категории

Астрахань, 2025 г.

## **1.Целевой раздел Пояснительная записка**

Рабочая программа по дополнительному образованию «Медиацентр» является адаптированной и создана на основе анализа нормативно-правовых документов.

### **Нормативно-правовая база**

- 1.Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;**
- 2.Федеральный закон от 31 июля 2020 г. № 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся»**
- 3.Приказ Министерства просвещения Российской Федерации от 27.07.2022 № 629 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам»;**
- 4.Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы): приложение к письму Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 ноября 2015 г. № 09-3242;**
- 5.Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы образовательных организаций дополнительного образования детей СП 2.4.3648-20 (постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 28 сентября 2020 г. № 28).**
- 6.Приказ Минобрнауки России от 23.08.2017 №816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ».**

7. Концепция развития дополнительного образования детей до 2030 года в Российской Федерации (утверждена распоряжением Правительства РФ от 31.03.2022 № 678-р);

8. Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 г. // Распоряжение Правительства РФ от 29.05.2015 г. №996-р.

9. Федеральный проект «Успех каждого ребенка», утвержденный президиумом совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 3 сентября 2018 г №10)

10. Устав ГБОУ АО "Школа-интернат № 3 для обучающихся с ОВЗ".

11. Положение о дополнительном образовании детей в ГБОУ АО "Школа-интернат № 3 для обучающихся с ОВЗ" от 30.08.2024 г. Приказ № 181/а.

### **Актуальность программы**

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

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

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

самоутверждения и становления личностной зрелости подростка.

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, радиолинейка могут быть подготовлены только общими усилиями творческого коллектива.

Актуальность программы определяется запросом со стороны детей и их родителей на программу социально-гуманитарного развития в рамках реализации федерального проекта «Успех каждого ребенка».

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

### **Отличительные особенности программы**

Деятельность медиацентра является коллективной социально-значимой и профориентационной. В рамках участия в медиацентре каждый сможет почувствовать себя в роли ведущего, монтажера, оператора, фотографа, кооперайтера, СММ-менеджера и многих других ролях, что может помочь им при выборе будущей профессии, а так же развивать навыки коммуникации, тайм-менеджмента, стрессоустойчивости.

В структуру программы входят образовательные блоки: теория, практика, проект.

### Педагогическая целесообразность

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 видео новостям, 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.

Все занятия строятся в соответствии с дидактическими принципами и методическими закономерностями учебно-методического процесса.

- **Словесные** (рассказ, объяснение, разбор нового материала, инструктаж,);
- **Наглядные** (объяснение с использованием наглядности, демонстрация, электронная презентация);
- **Практические** (показ практических действий, индивидуальная работа, подведение итогов, фото-видео съемка);
- **Исследовательский** (расширение и углубление знаний и умений).
- **Объяснительно-иллюстративный** (объяснение сопровождается демонстрацией наглядного материала);
- **Проблемно-поисковый** (педагог ставит проблему и вместе с детьми ищет пути ее решения).

### Адресат программы и условия реализации программы

Программа обучения предназначена обучающимся с нарушениями слуха среднего и старшего школьного возраста (10-18 лет).

Уровень программы: стартовый

Срок реализации программы - 1 год 2 часа в неделю.

Наполняемость группы: 1 год – 32 человека

Форма обучения – очная, с возможностью применения электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

Объем часов по программе: 72 часа

Режим занятий: 2 раза в неделю по 1 академическому часу (академический час – 45 мин.).

## **Цели и задачи программы**

### **Цель:**

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

### **Задачи программы**

#### **Образовательные:**

1. Организовать деятельность школьного Медицентра – 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.

### **Коррекционные:**

1. Формировать и развивать у обучающихся слуховое восприятие и воспроизведение основных интонационных структур: модуляции голоса по силе (нормальный, более громкий, более тихий) и высоте (нормальный, более высокий и более низкий, базовые мелодические модуляции голоса – ровная интонация, повышение и понижение в пределах естественного голосового диапазона); словесное ударение; логическое ударение во фразе, синтагматическое ударение, мелодическая структура фраз; темп речи (нормальный, более быстрый, более медленный).
2. Формировать у обучающихся навыки пользоваться голосом нормальной высоты, силы и тембра, развитие модуляции голоса по силе и высоте;

## **Планируемые результаты**

### **Личностные результаты программы:**

- 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 журналисткой 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.

## 2.Содержательный раздел

## УЧЕБНЫЙ ПЛАН

№ п/п	Название разделов, тем	Количество часов			Формы контроля
		Всего	Теория	Практика	
1.	Введение. Я и медиапространство	1	1		Ролик-презентация
2.	Информационные и мультимедийные технологии	3	1	2	Статья
3.	Медиапрограммы	4	1	3	Презентация проекта «Мой герой»
4.	Источники информации	4		4	Защита групповых работ
5.	Практика речи	3	1	2	Тестирование «Речевая грамотность»
6.	Жанровое разнообразие	5	1	4	Игра-соревнование
7.	«Медиаобразование на материале рекламы»	3	1	2	Создание рекламы
8.	Модели медиаобразования	5	1	4	Проведение медиа образовательного занятия в 1-5 классах
9.	Фотография	8	1	7	Выставка фотопроектов
10.	Компьютерная графика	14	1	13	Создание афиши или трейлера для школьного мероприятия
11.	Звукозапись	9	1	8	Создание рекламного ролика

12.	«Медиаобразование на материале рекламы»	7	1	6	Любой медиапродукт на своей странице в «Вконтакте»
13.	Интернет-среда. Современные СМИ	5	1	4	Собственный медиапродукт на личной странице в «Вконтакте»
14.	Итоговый контроль	2		2	Защита проектных работ
	Итого:	72	14	58	

## Содержание дополнительной программы

### 1. Введение. Я и медиапространство (1 час)

**Теоретическая часть:** 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 индивидуальное целеполагание.

**Практическая часть:** Новостная редакция. Кто есть кто? Знакомит с составом редакции, функционалом. Мини-тест на выявление склонности 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.

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

### 2. Информационные и мультимедийные технологии (3 часа)

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

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

«Обертка» формата. Стиль и содержание.

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

## Информационные поводы

Ньюсмейкерство – целенаправленная деятельность по превращению любого события в жизни фирмы в элемент публицити, бесплатно распространяемой о фирме интересной (и, безусловно, правдивой) информации.

Концепция государственной информационной политики . Общественное мнение - специфическое проявление общественного сознания, выражающееся в оценках (как в устной, так и в письменной форме) и характеризующее явное (или скрытое) отношение больших социальных групп (в первую очередь большинства народа) к актуальным проблемам действительности, представляющим общественный интерес. 6 основных вопросов для новостей.

Мониторинг - это отслеживание публикаций по конкретной тематике в СМИ. Две основные составляющие мониторинга - контекст (список ключевых слов) и база СМИ (список источников).

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

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

### 3. Медиапрограммы (3 часа)

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

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

**Практическая часть:** Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...».

Погружение ребят в роль репортера в поисках сенсации, отработка навыка создавать репортаж и брать интервью.

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 (4 часа)**

**Теоретическая часть:** 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 ди-джеев, 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.

**Практическая часть:** Тренажеры репортажей. Создание титров и заставок. Эффекты перехода, использование функций. Видеофильтры.

Съемка новостного сюжета, озвучивание, монтаж (face to face). Выбор плана при съемке человека. Монтаж по крупности. Обрезка, «воздух». Съемка взаимодействующих объектов. Съемки диалога. «Правило восьмерки». 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». Видеосъемка готового материала. Монтаж, работа с видеоархивом

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

## **5. Практика речи (3 часа)**

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

**Практическая часть:** Учимся говорить грамотно, а писать правильно. Практическая игра: составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа медиатекста: с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»); перенесение персонажа медиатекста в измененную ситуацию (с переменной названия, жанра, времени, места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности персонажа и т.д.); составление рассказа от имени одного

из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону; составление монологов (воображаемых «писем» в редакции газет и журналов, на телевидение, в министерство культуры и т.п.) представителей аудитории с различными возрастными, социальными, профессиональными, образовательными и иными данными, находящихся на разных уровнях медиавосприятия.

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

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

Дресс-код стендапов. «Говорящий фон». Съемка «стендапа». Звуковые эффекты

**Текущий контроль:** тестирование «Речевая грамотность» - контрольное задание

## **6. Жанровое разнообразие (5 часов)**

**Теоретическая часть:** 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 съемке телесюжета. Съемки 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».

**Практическая часть:** 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 видеосъемки. Баланс белого, освещенность кадра, выравнивание кадра по вертикали. Устойчивость камеры при съемках 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» (3 часа)**

**Теоретическая часть:** История возникновения и развития рекламы.

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.

**Практическая часть:** 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. Модели медиаобразования (5 часов)**

**Теоретическая часть:** 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.

**Практическая часть:** 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).

## **9. Фотография (8 часов)**

**Теоретическая часть:** 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.

**Практическая часть:** 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.

## **10.Компьютерная графика (14 часов)**

**Теоретическая часть:** Назначение графических редакторов. Растровая графика. 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.

**Практическая часть:** 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.

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

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

## **11. Звукозапись (9 часов)**

**Теоретическая часть:** 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.

**Практическая часть:** 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.

## **12. «Медиаобразование на материале рекламы» (7 часов)**

**Теоретическая часть:** 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?

**Практическая часть:** 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.

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

**Теоретическая часть:** Отличие интернет-изданий от прочих. Понятие WEB 2.0. Примеры рубрик веб-газеты.

VK, Rutube и особенности этих ресурсов. Коллективное взаимодействие в современных информационных системах. Инструменты создания информационных объектов для Интернета.

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

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

**Практическая часть:** Проектная деятельность. Сбор материала. Посещение общешкольного мероприятия в качестве спецкоров. Создание поста для ВК

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

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

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

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

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

#### **14. Итоговый контроль (2 часа)**

**Теоретическая часть:** Индивидуальные консультации по авторской работе.

**Практическая часть:** Подведение итогов занятия за год. Творческий проект.

**Итоговый контроль:** Защита проектных работ.

**3. Организационный раздел**  
**Комплекс организационно-педагогических условий**  
**Условия реализации программы**

**Материально-техническое обеспечение реализации образовательной программы**

Материально-техническое оборудование приобретено в рамках реализации Федерального проекта «Успех каждого ребенка», национального проекта «Образование».

Для успешной реализации программы необходимо иметь:

- учебный кабинет
- шкаф для хранения учебных пособий
- стулья
- столы
- стол для педагога
- компьютеры с выходом в интернет
- проектор
- экран
- звуковые колонки
- мультимедийное оборудование (микрофон, наушники, штатив, музыкальный центр)
- зеркальный фотоаппарат
- станция записи и монтажа
- программы Movavi Photo Editor, Sony Vegas, Picture Manager, Paint.Net, Corel Photo-Paint, Pho- toshop и др.
- таблицы, схемы, фотоматериалы
- электронные учебно-наглядные пособия, в т.ч. компьютерные презентации, видеоролики.

### **Формы подведения итогов реализации программы**

Программа рассчитана на 1 год обучения. В течение каждого года обучающиеся получают определенные практические умения и теоретические знания.

Основные методы диагностики: наблюдение, самонаблюдение, самооценка, анкетирование, беседа, тестирование. Способы и методики определения результативности образовательного и воспитательного процесса разнообразны и направлены на сформированность личных качеств обучающегося.

С целью установления соответствия результатов освоения данной программы заявленным целям и планируемым результатам проводится итоговая аттестация - защита проектных работ.

### **Список использованной литературы и электронных образовательных ресурсов**

1. Агафонов А.В., Пожарская С.Г. // Фотобукварь. М., 2020, - 200с.
2. Кеворков В.В. Рекламный текст. М., 2018
3. Кишик А.Н. Adobe Photoshop 7.0. Эффективный самоучитель
4. Кожина М.Н. Стилистика русского языка. - М., 2021
5. Розенталь Д.Э., Голуб И.Б. Занимательная стилистика. – М., 2019
6. Бондаренко Е.А. Формирование медиакультуры подростков как фактор развития информационной образовательной среды // Образовательные технологии XXI века / ред. С.И. Гудилина.
7. Мuryюкина Е.В. Медиаобразование старшеклассников на материале прессы. Таганрог: Изд-во Ю.Д. Кучма, 2006 200 с.
8. Питер Коуп – «Азбука фотосъемки для детей: Цифровые и пленочные камеры», Арт-Родник, 2006 г.
9. Поличко Г.А. Изучение монтажа на медиаобразовательных занятиях // Медиаобразование. 2005, № 4 С.40-48.
10. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М, Фомичева И.Д. – М.:
11. Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с.
12. Дополнительная литература:
13. Тихомирова К.М., Рудакова Д.Т.: М.: Изд-во Инта содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004 С. 89-92.
14. Хилько Н.Ф. Аудиовизуальное творчество как художественно-эстетическая деятельность // Искусство и образование. 2006 № 1 С. 59-71.
15. Фоминова М.А. Экранная культура в системе работы учителя мировой художественной культуры // Искусство в школе. 2003 № 5 С. 44-48.

## Приложение

## Календарный учебный график

Месяц	Учебные недели	Количество учебных недель
<b>I полугодие учебного года</b>		
<b>Сентябрь</b>	01.09-06.09	<b>4 недели</b>
	09.09-13.09	
	16.09-20.09	
	23.09-27.09	
<b>Октябрь</b>	30.09-04.10	<b>5 недель</b>
	07.10-11.10	
	14.10-18.10	
	21.10-25.10	
	28.11-01.11	
<b>Ноябрь</b>	05.11-08.11	<b>4 недели</b>
	11.11-15.11	
	18.11-22.11	
	25.11-29.11	
<b>Декабрь</b>	02.12-06.12	<b>4 недели</b>
	09.12-13.12	
	16.12-20.12	
	23.12-28.12	
<b>Количество учебных недель в I полугодии</b>		<b>17 недель</b>
<b>Январь</b>	09.01-17.01	<b>3 недели</b>
	20.01-24.01	
	27.01-31.01	
<b>Февраль</b>	03.02-07.02	<b>4 недели</b>
	10.02-14.02	
	17.02-21.02	
	25.02.-28.02	
<b>Март</b>	03.03-07.03	<b>4 недели</b>
	11.03-14.03	
	17.03-21.03	
	24.03-28.03	
<b>Апрель</b>	31.03-04.04	<b>4 недели</b>
	07.04-11.04	

	14.04-18.04	
	21.04-25.04	
<b>Май</b>	28.04-07.05	<b>3 недели</b>
	12.05-16.05	
	19.05-28.05	
<b>Количество учебных недель во II полугодии</b>		<b>19 недель</b>
<b>Количество учебных недель за год</b>		<b>36 недель</b>

### Календарно-тематический план

№	Тема занятия, содержание	Количество часов
1	Вводное занятие. Знакомство. Откуда люди узнают о том, что происходит в их городе, стране, в мире.	1
2	Интерактивная игра: Что Я хочу узнать и чему научиться. Цели и задачи. Позволит выявить основные интересы и мотивы ребенка.	1
3	Новостная редакция. Кто есть кто? Знакомит с составом редакции, функционалом. Мини-тест на выявление наклонности к той или иной направленности	1
4	Что такое ньюс-рум. Как правильно организовать рабочее пространство, помогающее задействовать все ресурсы. Самые главные отделы редакции и их редакторы	1
5	Работа редакции новостей. Игра «Ищи и найди».	1
6	Сбор материала для новостного выпуска	1
7	Съемка выпуска.	1
8	Монтаж новостного выпуска	1
9	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.	1
10	Форматы. История смены формата. Исследователи медиа Альберт Моран и Джастин Мэльбон. Корень формата. Формула определения возраста аудитории и работа в парах.	1
11	Целевая аудитория. Работа со статистикой. Выявление интересующих тем для дальнейшего планирования работы видеогруппы.	1
12	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.	1
13	Топ-лайн. Head-line – заголовок, привлекающий внимание. Тренинг по созданию ярких заголовков. Конвейер новостей, что это такое.	1
14	Новостные сюжеты и аналитические программы – как разновидность программ телевидения. Этапы создания	1

	телепередач. Телевизионные жанры. Специфика регионального телевидения. Особенности детской тележурналистики.	
15	Сбор материала для новостного выпуска	1
16	Съемка выпуска	1
17	Монтаж новостного выпуска	1
18	Жанры журналистики: репортаж, интервью. Краткая характеристика информационных жанров. Алгоритм построения статьи в жанре «интервью», «репортаж». Эффект присутствия.	1
19	Новостной проект (ищем героев).	1
20	Критерии отбора новостей. Вёрстка новостного выпуска. «Классический», «домашний», «публицистический» стиль новостей.	1
21	Репортажи. Цели и особенности. Активное слушание. Коммуникативные техники. Подготовка вопросов для интервью. Требования к вопросу. Взаимодействие журналиста и оператора при съёмке репортажа	1
22	Тренажеры репортажей. Создание титров и заставок. Эффекты перехода, использование функций. Видеофильтры.	1
23	Съемка новостного сюжета, озвучивание, 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.	1
24	Сбор материала для новостного выпуска	1
25	Съемка выпуска	1
26	Монтаж новостного выпуска	1
27	Монтаж новостного выпуска	1
28	Программы для обработки и просмотра видеофайлов. Требования к компьютеру для видеомонтажа. Технология нелинейного видеомонтажа. Работа с программой видеомонтажа. Создание видеофайлов для монтажа видеосюжета.	1
29	Композиция кадра. Импортное видеофайлов на компьютер. Основные правила и меры безопасности при обращении с компьютером. Работа с видеофайлами на компьютере.	1
30	Запись закадрового текста. Основные инструменты программы видеомонтажа. Интерфейс программы. Форматы видеофайлов. Настройки программы для начала работы	1
	Сущность слова. Слово и понятие. Многозначность слова. Составление рассказа от имени главного героя или	1

31	второстепенного персонажа; медиа-текста с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»)	
32	Сбор материала для новостного выпуска	1
33	Съемка выпуска	1
34	Монтаж новостного выпуска	1
35	Монтаж новостного выпуска	1
36	Составление рассказа от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону;	1
37	Учимся говорить грамотно, а писать правильно.	1
38	Основы современной ТВ-ой и видео продукции, механизмы ее производства. Взаимодействие оператора и журналиста по решению творческой задачи.	1
39	«Картинка» - основа телесюжета. Алгоритм работы оператора при съёмке телесюжета. Съёмки в особых условиях освещенности.	1
40	Как делать телеэссе, зарисовку, телепутешествие.	1
41	Телевизионный язык: умение рассказывать «картинками».	1
41	Сбор материала для новостного выпуска	1
42	Съемка выпуска	1
43	Монтаж новостного выпуска	1
44	Монтаж новостного выпуска	1
45	Взаимодействие в команде. Как снять то, что хочешь, а не то, что получилось. Тимбилдинг.	1
46	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.	1
47	Требования к видеоряду. Основные правила видеосъёмки. Баланс белого, освещенность кадра, выравнивание кадра по вертикали. Устойчивость камеры при съёмках без штатива.	1
48	Обработка полученного материала. Принципы монтажа видеоряда. Монтаж по крупности, монтаж по ориентации в пространстве, монтаж по фазе движения и пр. Использование «перебивок» деталей.	1
49	Основы медиаобразовательных технологий. Развитие полноценного восприятия на материале медиакультуры (модель, методические приемы и т.д.), критерии развития аудитории в области медиакультуры. Модульность медиаобразовательных технологий.	1
50	Сбор материала для новостного выпуска	1

51	Съемка выпуска	1
52	Съемка выпуска	1
53	Монтаж новостного выпуска	1
54	Изучение интегрированных медиаобразовательных занятий.	1
55	Какие бывают фотографии. Фотографии семейные и фотографии в газетах, журналах, книгах - чем они отличаются. Особенности фотожанров.	1
56	Фотография и картина - чем они отличаются. Сравнительный анализ репродукций портретов и фотопортрета.	1
57	Инструменты графического редактора Paint.Net: Панель Инструменты, Панель Палитра, Панель Слои, Панель Журнал	1
58	Назначение графических редакторов. Векторная графика. Объекты векторного редактора. Инструменты графического редактора.	1
59	Сбор материала для новостного выпуска. Съемка выпуска. Монтаж новостного выпуска	1
60	Где используется звукозапись? Что называется информацией? Работа с понятиями: текстовая информация, графическая информация, числовая информация, звуковая информация, видеоинформация.	1
61	Внутрикадровая и закадровая музыка – в чем разница и особенности. Единство музыкального решения. Единство стиля музыкального решения.	1
62	Реклама в жизни современных школьников. Анализ различных рекламных текстов и их воздействие на жизнь, досуг, обучение, развитие современных школьников.	1
63	Понятие, сущность и характеристика информационно-психологического воздействия, информационно-психологической безопасности личности и других социальных субъектов, их взаимосвязь.	1
64	Сбор материала для новостного выпуска	1
65	Съемка выпуска	1
66	Монтаж новостного выпуска	1
67	Отличие интернет-изданий от прочих. Понятие WEB 2.0. Примеры рубрик веб-газеты	1
68	Лингвистические особенности рекламных текстов: лаконичность, необычность, оригинальность, экспрессивность, сигнальный характер, языковое наполнение текста.	1
69	Принципы монтажа видеоряда. Монтаж по крупности, монтаж по ориентации в пространстве, монтаж по фазе движения и пр. Использование «перебивок», деталей.	1
70	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;	1

71	Основы оформительской работы. Понятие о коллаже. Цифровой фотомонтаж изображений.	1
72	Сбор материала для новостного выпуска. Съемка выпуска. Монтаж новостного выпуска	1