

Департамент образования администрации Города Томска
Муниципальное автономное образовательное учреждение
Школа «Эврика-развитие» г. Томска

СОГЛАСОВАНО

Заместитель директора

по воспитанию и социализации

 А.А. Власкина

«2» сентября 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор МАОУ

Школа «Эврика-развитие» г. Томска

 Е.И. Паршакова

«2» сентября 2024 г.



Дополнительная общеобразовательная
общеразвивающая
Программа социально – гуманитарной направленности
«Школьный Медиацентр «ЭвриМедиа»

Возраст учащихся: 10 - 17 лет
Срок реализации: 2 года

Составитель:

Ахметчина Евгения Равильевна,
педагог дополнительного образования

Раздел 1. Комплекс основных характеристик программы:

Пояснительная записка:

Дополнительная общеразвивающая программа «Школьный медиацентр «Эвримедиа» имеет техническую направленность и ориентирована на развитие и становление личности учащегося, его самореализацию и свободное самовыражение, раскрытие литературного и художественно иллюстративного таланта, нацелена на формирование творческой индивидуальности, приобретение ребенком основ работы в медиа-индустрии и создание медиа - продуктов на актуальные темы, реализации потребности в коллективном творчестве.

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «Школьный медиацентр «Эвримедиа» разработана в соответствии с актуальными нормативно-правовыми актами в области образования, включая:

Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 года № 273 «Об образовании в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями);

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 июля 2022 года № 629 «Об утверждении порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».

Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 28.09.2020г. N 28 «Об утверждении санитарных правил СП 2.4.3648-20» «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;

Распоряжение Правительства РФ от 29 мая 2015 года № 996 – р «Об утверждении Стратегии развития воспитания в РФ на период до 2025 года»;

Распоряжение Правительства РФ от 31.03.2022 г. 3 678-р «Об утверждении Концепции развития дополнительного образования детей до 2030 г.»

Федеральный проект «Успех каждого ребенка» (утвержден протоколом заседания комитета по национальному проекту «Образование» от 07.12.2018 г. №3);

Письма Минобрнауки РФ от 28.08.2015 № АК-2563/05 «О методических рекомендациях по организации образовательной деятельности с использованием сетевых форм реализации образовательных программ».

Письмо Минобрнауки России № 09-3242 от 18.11.2015 «Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы)»; Устава и локальных актов МАОУ «Эврика-развитие» г. Томск

Актуальность программы:

Актуальность программы заключается в том, что медиаобразование и медиаграмотность – важнейшая часть жизни современного общества, в котором медиа понимается как «общественное благо» и институт для развития граждан. Изменение информационной структуры общества требует нового подхода к формам работы с учащимися. Современные компьютерные, мобильные информационные технологии, телевидение, радио, искусственный интеллект, соцсети должны стать не просто средством получения удовольствия, а инструментом для познания мира и осознания себя в нём.

Актуальность данной программы обусловлена еще и тем, что социально-творческое развитие учащихся рассматривается сегодня как одно из приоритетных направлений образования. Участие в работе школьного медиацентра для активного, любознательного современного ребенка - не только инструмент формирования базовых компетенций: коммуникативной, информационной, личностной и ценностно-смысловой для учащихся с любым уровнем подготовки и возможностей здоровья, но и эффективный воспитательный рычаг воздействия и взаимодействия. Все перечисленные компетенции необходимы учащимся, как в учебной деятельности, так и в социальной среде.

Актуальность предлагаемой программы также определяется запросом со стороны учащихся и их родителей (законных представителей) на программу, так как занятия по данной программе учитывают личностные особенности учащихся и учат их грамотно использовать свои гаджеты, свободно и творчески мыслить, развивают нестандартное мышление, способность к самовыражению, творческому восприятию и отражению мира, помогают сформировать активную и независимую жизненную позицию.

Отличительная особенность программы:

Отличительная особенность данной программы заключается в творческом подходе и создании дружной команды, прочной коммуникации, дружеского поддерживающего сообщества.

Взаимодействие учащихся в объединении строится по модели командной и индивидуальной проектной работы: изучение основ практической журналистской работы, особенностей современной редакции, технической базы (аудио и видеоаппаратуры, программ для редактирования аудио и видео, онлайн-сервисов и приложений), соцсетей, безопасности, а также участие в конкурсах поддерживает интерес учащихся и экологично развивает новые навыки. Всё это необходимо для мягкого погружения в реальную корреспондентскую работу.

В основе содержания и структуры данной программы лежит концепция личностно ориентированного учебного процесса; программа «Школьный медиацентр «Эвримедиа» позволяет развить у учащихся творческие способности средством освоения информационных и медиа-технологий, раскрывает лидерские качества обучающихся, активизирует поисковую, интеллектуальную и творческую деятельность, включает их в систему средств массовой коммуникации общества и помогает обучающимся в дальнейшем сделать профессиональный выбор.

Новизна:

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.

Новизной данной программы является то, что программа профессионально-ориентирована, она позволяет подготовить учащихся к необходимым требованиям информационного творчества. Программа является комплексной и представляет собой интегрированный курс, включая знания по таким предметам как литература, русский язык, информатика, история, искусство, английский язык. Усвоение учащимися новых знаний и умений, формирование его способностей происходит не путем пассивного восприятия материала, а путем активного, созидательного поиска в процессе выполнения различных видов деятельности – самостоятельной работы с

поиском актуальной информации, написанием статей, созданием собственных проектов с применением технологий интервьюирования, фото- и видеосъемки, верстки, корректурой и редактированием текстов.

Педагогическая целесообразность:

Педагогическая целесообразность программы «Школьный медицентр Эвримедиа» заключается в том, что связана с решением такого блока задач образовательного учреждения, как социально-творческое развитие личности, профессиональная ориентация, социализация личностное становление учащихся. Пресса, выпускаемая подростками, даёт им возможность определиться в сфере массовой коммуникации, реализоваться в интересном деле, утвердить себя и свои успехи в общественном мнении, включает их в систему новых отношений, помогающую выявить свои способности, профессиональные качества, определиться в мире профессий.

Программа профессионально - ориентирована, на занятиях отрабатывается авторская позиция, самопрезентация и умение работать в коллективе. Трансляция с мероприятия, новостной блок, тематические видеоролики, медиастатьи могут быть подготовлены только общими усилиями творческого коллектива. От этого зависит и успех, и зрительское внимание. Но с другой стороны, необходимо учитывать индивидуальные особенности каждого обучающегося, участвующего в работе школьного медицентра. Таким образом, создаются условия для формирования информационно-нравственной компетенции учащихся, самоутверждения и становления личностной зрелости учащегося.

Цель и задачи программы:

Цель: создание условий для самореализации учащихся, развитие коммуникативных и творческих способностей через привлечение их к издательскому делу через индивидуальную и групповую деятельность в разных направлениях в сфере медиа.

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.

Адресат программы:

Программа «Школьный медиацентр «Эвримедиа» рассчитана на учащихся 10-18 лет, заинтересованных в изучении основ журналистики и овладении практическими навыками работы, и ориентирована на применение широкого комплекса знаний по ранее изученным базовым учебным дисциплинам, таким как литература, русский язык, история, география и другим.

Набор учащихся свободный. Программа предусматривает индивидуальные, групповые, фронтальные формы работы с детьми. Минимальный состав группы – 15 человек человек и обусловлен необходимостью использования в части работы ноутбуков или компьютеров. Может осуществляться дополнительный набор детей в течение года на вакантные места в коллектив. Учебный процесс организуется с учетом режима работы общеобразовательных школ.

Краткая характеристика возрастных особенностей учащихся:

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

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

Общественно-полезная деятельность - та сфера, где подростки могут реализовать свои возросшие возможности, стремление к самостоятельности, удовлетворив потребность в признании со стороны взрослых, что создает возможность реализации своей индивидуальности.

Объем и сроки освоения программы:

Объем программы составляет 264. Программа рассчитана на 2 года обучения.

Занятия проходят 2 раза в неделю по 2 академических часа (всего 4 часа в неделю). Продолжительность академического часа составляет – 45 минут с перерывом 20 минут.

Форма обучения – очная.

В программе «Школьный медиацентр «Эвримедиа» использованы эффективные формы и методы работы со школьниками и мероприятия, обеспечивающие работу с одаренными детьми:

- творческие проекты;

- круглые столы;
- тренинги «Берем интервью»;
- регулярный выпуск новостей в школьной группе в социальной сети и видеороликов;
- конкурс анонсов, афиш;
- конкурс видеороликов;
- мастер-классы, посещение медиафорумов, участие в городских, региональных и всероссийских конкурсах;
- контрольные: прием видеороликов и другой медиапродукции.

Особенности организации образовательного процесса:

В программу принимаются дети в возрасте 10-18 лет, проявляющие интерес к журналистике, информатике, фотографированию, созданию видеороликов, социальным сетям. Необходимо наличие желания познавать новое, быть все время в курсе всех новостей, быть коммуникабельными.

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

Для эффективного освоения технических приёмов, работы с графическими редакторами и программами по обработке видео и звука на занятиях проводятся индивидуальные и групповые упражнения, в парах, тройках и микрогруппах. Индивидуально-ориентированный подход применяется для пишущих ребят или выступающих в роли ведущих, интервьюеров, с которыми необходим детальный анализ их ошибок и успехов.

Практические работы и задания ускоряют овладение основными медиа-навыками и содействуют их апробации.

Существенное место занимают игры и творческие проекты. В них заключены богатые возможности для формирования норм коллективного поведения, дети осваивают навык самоорганизации, а также воспринимать задачи коллектива как свои собственные, мобилизовать деятельность других в интересах объединения.

Игры, соревнования, занятия объединяют подростков, у них воспитывается дисциплинированность, ответственность перед коллективом, формируется культура поведения и общения, приобретается опыт коллективного взаимодействия, развивается самостоятельность в принятии решений, воля и терпение, появляется осознанное желание вести активный образ жизни.

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

Прогнозируемые результаты освоения программы

«Школьный медиациентр «Эвримедиа»

Личностные результаты:

- развитие личностных качеств: коммуникабельность, общая эрудиция, уровень культуры, выразительность речи, дисциплина 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, трудолюбия и упорства в достижении поставленных целей;

-оказание 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 выстраивать проблемный диалог при изучении нового материала;

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

Познавательные УУД:

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

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

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

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

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.).

Предметные результаты:

Воспитанники 1-го года обучения должны **знать:**

- понятия «медиапространство», «журналистика», «журналистская деятельность», «редакция печатного издания», «редактирование», «инфотеймент»
- информационные и аналитические жанры журналистики;
- организационную структуру работы газеты и телевидения.
- формы вовлечения общественности в журналистский процесс
- историю развития журналистики.
- особенности работы рекламиста
- особенности современной рекламы
- приёмы работы с видеокамерой
- основы видеомонтажа

уметь:

- ориентироваться в потоке социальной информации, выделять важное
- собирать и обрабатывать полученную информацию
- создавать текстовые материалы по информационным жанрам
- создавать журналистские материалы разных жанров
- общаться с отдельным человеком и аудиторией
- создавать рекламные тексты и иллюстрации
- снимать и монтировать видеоматериал

Воспитанники 2-го года обучения должны **знать:**

- понятия «модели медиаобразования», «редактирование»
- информационные и аналитические жанры журналистики;
- формы вовлечения общественности в журналистский процесс
- особенности работы рекламиста и фотожурналиста
- особенности работы в программах по обработке фотографий
- особенности современной рекламы.
- приёмы работы с видео и фотокамерой
- основы видеомонтажа и фотографии

уметь:

- ориентироваться в потоке социальной информации, выделять важное
- самостоятельно находить тему для своего будущего материала
- собирать и обрабатывать полученную информацию
- грамотно вести диалог, находить аргументы в спорных ситуациях
- создавать текстовые материалы по информационным жанрам
- создавать журналистские материалы разных жанров
- общаться с отдельным человеком и аудиторией
- создавать рекламные тексты и иллюстрации, фоторепортаж
- выстраивать сюжет в соответствии со сценарием
- снимать и монтировать видеоматериал
- создавать посты и выкладывать в сети Интернет

Календарный учебный график

Год обучения	Начало занятий	Дата окончания занятий	Кол-во учебных недель	Кол-во учебных	Режим занятий
1 год	сентябрь	май	33	132	2 раза в неделю по 2 часа
2 год	сентябрь	май	33	132	2 раза в неделю по 2 часа

№ п/ п	Название раздела, темы	Количество			Формы аттестации/ контроля
		всего	Теория	практика	
1	Введение. Безопасность в медиасреде. Самоопределение в медиaprостранстве.	9	3	6	ролик-презентация
2.	Генерация идей. Выбор ниши в медиасфере.	15	6	9	Обратная связь
3.	Информационные и мультимедийные технологии	23	10	13	Медиаcтaтьи, ролики, дизайн
4.	Медиапрограммы	21	6	15	презентация проектов
5.	Источники информации	17	8	9	Защита групповых работ
6.	Практика речи	21	4	17	тестирование «Речевая грамотность»
7.	Жанровое разнообразие	15	6	9	Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить»
8.	«Медиаобразование на материале рекламы»	9	5	4	Создание рекламного текста
9.	Промежуточный контроль	2	2		защита проекта
	Итого:	132	50	82	

Содержание программы (1 год обучения)

Раздел 1. Введение. Безопасность в медиасреде. Самоопределение в медиaprостранстве.

Теория. 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 индивидуальный план.

Знакомство с профессиями журналист, корреспондент. Новостная редакция. Кто есть кто? Знакомит с составом редакции, функционалом.

Мини-тест на выявление наклонности к той или иной направленности.

Интерактивная игра: «Строим ньюсрум». Выбираем главных редакторов групп.

Что такое ньюсрум. Как правильно организовать рабочее пространство, помогающее задействовать все ресурсы. Самые главные отделы редакции и их редакторы.

Работа редакции новостей. Игра «Ищи и найди».

Интерактивная игра: «У каждого своя елка». Пример описания места событий. Отработка в парах приема описания события в форме тренинга.

«Инфотеймент». Что это такое? Принцип «Информируем, развлекаем». Игра-презентация своего коллектива.

Практика. Отработка в парах приема описания события (новости).

Контроль. Правила безопасности на занятиях при использовании специальных технических средств. Снимаем ролик-презентацию по предложенной теме.

Раздел 2. Генерация идей. Выбор ниши в медиасфере.

Теория. 1. Введение в генерацию идей

Понятие идеи в медиа: определение того, что такое идея в контексте медиа, и почему её генерация важна для успешного проекта.

Творческое мышление: освещение фактов, как можно развивать свои креативные способности.

2. Методы генерации идей

Брейнсторминг: принципы коллективного мозгового штурма, его преимущества и недостатки.

Метод "6 шляп" Эдварда де Боно: как использовать разные подходы к мышлению для нахождения многогранных решений.

Мозговой штурм: как организовать сессию мозгового штурма, чтобы дать возможность всем участникам высказаться.

3. Изучение медиапейзажа

Анализ рынка: Как проводить исследование медиапроектов, существующих на рынке, и выявлять возможности для нового контента.

Тренды в медиасфере: Обзор текущих и предстоящих трендов, влияющих на

медиапроизводство (например, подкасты, видеоконтент, социальные платформы).

Понимание целевой аудитории: Как определить интересы и потребности потенциальных зрителей или читателей.

4. Выбор ниши

Определение ниши: что такое ниша и почему важно находить свою уникальную область.

SWOT-анализ для выбора ниши: как провести анализ сил, слабостей, возможностей и угроз, чтобы выбрать правильную нишу.

Создание персоны аудитории: как составить образ идеального представителя целевой аудитории для более точного понимания её потребностей.

Практика. 1. Творческие сессии

Брейнсторминг в группе: участники формируют группы и на основе конкретной тематики проводят сессии мозгового штурма, генерируя идеи.

Применение метода "6 шляп": участники выбирают тему и петляют через разные роли (факты, эмоции, критика и т.д.), чтобы расширить спектр идей.

Контроль. Обратная связь от участников и педагога, рефлексия.

2. Исследование

Анализ конкуренции: участники выбирают существующие медийные проекты и проводят SWOT-анализ, сравнивая их с возможными идеями.

Опросы и интервью: подготовка анкет для анализа целевой аудитории. Интервьюирование потенциальных зрителей для определения их интересов.

3. Создание концепции

Разработка концепции проекта: на основе собранного материала участники разрабатывают концепцию своего медийного продукта или проекта, включает в себя название, описание, формат и целевую аудиторию.

Создание персоны: наполнение подробного профиля идеальной аудитории, включая её привычки, интересы, возраст и другие характеристики.

4. Презентация идей

Подготовка презентации: участники готовят короткие презентации своей идеи и концепции медийного проекта.

Обсуждение и обратная связь: презентация идей перед группой и экспертами с последующим обсуждением, где участники получают конструктивную обратную связь.

Данный раздел программы направлен на развитие и практическое применение навыков генерации идей и выбора ниши в медиасфере. Участники не только изучат теорию, но и получат возможность применять её на практике, что поможет им обрести уверенность в своих способностях и подготовиться к созданию собственного медийного проекта.

Раздел 3. Информационные и мультимедийные технологии.

Теория. Классификация технологий по типам телевидения. По типу информации это могут быть: · текстовые, табличные, графические, звуковые, видео и мультимедийные данные. Особенности каждого типа, источники передачи информации. Работа с текстом, таблицей. Знакомство с профессиями корректор, дизайнер. Форматы. История смены формата. Стиль и содержание.

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

Информационные поводы

Заголовки. Заголовки, привлекающие внимание. Тренинг по созданию ярких заголовков. Конвейер новостей, что это такое.

Практика. Практическая работа «Работа с текстом». Создание статьи.

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

Раздел 4. Медиапрограммы.

Теория. Новостные сюжеты и аналитические программы – как разновидность программ телевидения. Этапы создания телепередач. Телевизионные жанры. Специфика регионального телевидения. Особенности детской тележурналистики. Дать определению понятию

«Развлекательная программа», их разновидности, особенности. Принцип построения ток-шоу. Драматургия ток-шоу. Герои ток-шоу. Работа с аудиторией ток-шоу. Ведущий ток - шоу: требования и особенности работы.

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

Интерактивная игра «Спроси звезду о главном...». Погружение ребят в роль репортера в поисках сенсации, отработка навыка создавать репортаж и брать интервью.

Интерактивная игра, позволяющая погрузиться в роли редакторов студии и рядовых работников. Игра построена на основе тимбилдинга.

Новостной проект (ищем героев). Работа в паре, где каждому дано задание, нацеленное на поиск информации, ее обработке, фотоиллюстрировании и создании черновика статьи.

Практика. Проектная работа «Мой герой». Оформление черновика в готовую работу.

Контроль. Презентация проекта «Мой герой» - контрольное задание в форме публичного выступления. Работа выполняется с учетом пройденного материала.

Раздел 5. Источники информации

Теория. Просмотр 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. Знакомство с профессией оператора. Взаимодействие журналиста и оператора при съёмке репортажа.

Монтажная программа «Movavi Video Editor Plus» - знакомство с программой.

Тренажеры репортажей. Создание титров и заставок. Эффекты перехода, использование функций. Видеофильтры.

Съемка новостного сюжета, озвучивание, монтаж. Выбор плана при съёмке человека. Монтаж по крупности. Обрезка, «воздух». Съемка взаимодействующих объектов. Съёмки диалога. «Правило восьмёрки». Панорама. Переход фокуса. Движение камеры. Монтажная фраза.

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

Практика. Групповая работа: репортаж «Один день из жизни школы». Видеосъемка готового материала. Монтаж, работа с видеоархивом.

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

Раздел 6. Практика речи.

Теория. 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.; перенесение персонажа медиатекста в измененную; составление рассказа от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону;

Учимся говорить грамотно, а писать правильно. Практическая игра: составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа медиатекста: с сохранением особенностей его характера, лексики и т.п. («идентификация», «сопереживание», «сотворчество»); перенесение персонажа медиатекста в измененную ситуацию (с переменной названия, жанра, времени, места действия медиатекста, его композиции: завязки, кульминации, развязки, эпилога и т.д.; возраста, пола, национальности персонажа и т.д.); составление рассказа от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте, с изменением ракурса повествования в парадоксальную, фантастико-эксцентрическую сторону; составление монологов (воображаемых «писем» в редакции газет и журналов, на телевидение, в министерство культуры и т.п.) представителей аудитории с

различными возрастными, социальными, профессиональными, образовательными и иными данными, находящимися 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;

«Говорящий фон». Звуковые эффекты. Озвучивание видеофрагмента.

Практика. Составление рассказа от имени главного героя или второстепенного персонажа, от имени одного из неодушевленных предметов, фигурирующих в медиатексте. Работа в программе «Movavi Video Editor Plus» (видеофрагменты взяты из архива).

Контроль: тестирование «Речевая грамотность» - контрольное задание

Раздел 7. Жанровое разнообразие

Теория. Основы операторского мастерства. Основы современной видеопродукции, механизмы ее производства. Взаимодействие оператора и журналиста по решению творческой задачи. «Картинка» - основа телесюжета. Алгоритм работы оператора при съёмке телесюжета. Съёмки в особых условиях освещенности.

Как делать телеэссе, зарисовку, телепутешествие. Телевизионный язык: умение рассказывать «картинками». Композиция телевизионного сюжета. Типы и элементы телевизионных сюжетов. Взаимодействие журналиста и оператора при работе над сюжетом. Понятия «закадровый текст», «синхрон», «лайф», «экшн», «стенд-ап».

Взаимодействие в команде. Как снять то, что хочешь, а не то, что получилось.

Тимбилдинг.

Основы работы с видео камерой. Устройство цифровой видеокамеры. Обращение с видеокамерой. Функциональное назначение элементов управления видеокамерой и их грамотное применение. Техника безопасности при работе с видеокамерой. Требования к видеоряду. Основные правила видеосъёмки. Баланс белого, освещенность кадра, выравнивание кадра по вертикали. Устойчивость камеры при съёмках без штатива. Обработка полученного материала. Принципы монтажа видеоряда. Монтаж по крупности, монтаж по ориентации в пространстве, монтаж по фазе движения и пр. Использование «перебивок», деталей.

Практика. Основы работы с видео камерой.

Контроль: Игра-соревнование «Все, что вы хотели спросить», проверяющая знания по данному разделу.

Раздел 7. «Медиаобразование на материале рекламы»

Теория. 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.

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 (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.

Практика. Создание рекламного текста.

Контроль. Создание рекламного текста по заданной теме.

Раздел 8. Промежуточный контроль

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

Контроль – защита проекта.

Учебный план 2 год обучения

№ п/п	Название раздела, темы	Количество			Формы аттестации/ контроля
		Всего	Теория	Практик а	
1	Введение. Модели медиаобразования	18	6	12	Проведение медиаобразовательного занятия в 1-5 классах
2	Фотография	18	10	8	Выставка фотопроектов

3.	Компьютерная графика	20	8	22	Создание афиши или трейлера для школьного мероприятия
4.	Звукозапись	20	8	12	Создание рекламного ролика
5.	«Медиаобразование на материалерекламы»	22	8	14	Любой медиапродукт на своей странице в «ВКонтакте»
6.	Интернет-среда. Современные СМИ.	26	8	18	Собственный медиапродукт на личной странице в «ВКонтакте»
7.	Контроль по завершению программы.	8	4	4	Защита проектных работ
	Итого:	72 132	26	46	

Содержание программы (2 год обучения)

1. Введение. Модели медиаобразования

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

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

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

Изучение «театрализованно-ситуативных» медиаобразовательных занятий. Технология ролевой (деловой) «театрализованно-ситуативной» игры: распределение между учащимися ролей «журналистов», «режиссеров», «операторов», «дизайнеров», «актеров» мини сценариев 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 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.

Практика. Написание минисценария произведения видеосъемки, создание рисунков и коллажей

Контроль: проведение медиаобразовательных занятий в 5 классах. Использование ролевых игр, эвристических и проблемных подходов в дисциплины обязательного цикла.

2. Фотография

Теория. Для чего люди снимают фотографии? О чем может рассказать фотография. Фотографии – застывшее мгновение. Знакомство с профессией – фотограф.

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

Фотография и картина - чем они отличаются. Сравнительный анализ репродукций портретов и фотопортрета. Составление таблицы сравнений. Искусство портретной съемки. Секреты выразительности фотопортрета. Практическое занятие по теме портрет.

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

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

Практика. Создание фоторепортажа. Жанр “Репортаж”. Практическое занятие по теме репортаж. Подготовка фотографий к фотовыставке.

Контроль: выставка фотопроектов.

3.Компьютерная графика

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

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

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

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

Изучение программ Picture Manager, Paint.NET, Movavi Photo Editor и др. Практикум. Работа с программой Adobe Photoshop. Знакомство с Adobe Photoshop: изучение строки меню и меню файл и редактирование. Общая коррекция изображений. Редактирование фотографий-пробников. Наложение слоёв на фотографии-пробники.

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

Практика. Сканирование рисунков, фотографий. Обработка изображений с помощью программ.

Контроль: создание афиши или трейлера для школьного мероприятия.

4.Звукозапись

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

фильмов.

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

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

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

Практика: Создание рекламного ролика, озвучивание фрагмента.

Контроль. Анализ музыкального решения просмотренной передачи по таблице критериев.

Шумы в фонограмме передач.

Теория. 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).

Контроль: круглый стол по разбору ошибок в творческих работах.

5. «Медиаобразование на материале рекламы»

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

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

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

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

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

Информационно-психологическая безопасность личности.

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

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

Практика. Создание мини – проектов: рекламных роликов

Контроль: создание рекламного ролика.

6. Интернет-среда. Современные СМИ

Теория. Отличие интернет-изданий от прочих. Понятие WEB 2.0. Примеры рубрик веб - газеты. YouTube, VK, Сферум 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 YouTube. Основные этапы производства видеопродукта

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

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

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

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

Практика. Публикация на своей соцстранице поста. Анализ охвата аудитории, популярности информации

Контроль: собственный медиапродукт на личной странице в «ВКонтакте».

7. Контроль по завершению программы.

Практика. Создание проекта. Защита проекта.

Контроль. Индивидуальные консультации по авторской работе. Подведение итогов занятия за год.

Контроль по завершению программы: Защита проектных работ.

Раздел 2: Комплекс организационно-педагогических условий

Условия реализации программы

Материально- технические:

- кабинет для групповых занятий;

-технические средства: ноутбук, фотоаппарат, фотокамера, принтер-копир-сканер,

микрофон, колонки;

-наличие бумаги и краски для принтера, ватманы, маркеры, фломастеры.

Информационное обеспечение:

Электронные образовательные ресурсы (аудио, видео):

- https://vk.com/info_media_skm?w=wall-152323139_71730;

- https://vk.com/info_media_skm?w=wall-152323139_71722;

- https://vk.com/info_media_skm?w=wall-152323139_71716&z=video-152323139_456241413%2F6a3743927261e5a7c6%2Fpl_post_-152323139_71716;

- https://vk.com/info_media_skm?w=wall-152323139_71709;

- https://vk.com/info_media_skm?w=wall-152323139_71699;

- <http://www.mediaeducation.ru/> Лаборатория медиаобразования Российской Академии наук.

- Информационные технологии: программы Paint, Adobe Photoshop, Microsoft Publisher, Movavi Photo Editor, Sony Vegas, Picture Manager

Кадровое обеспечение:

Программу реализует педагог дополнительного образования, педагог с высшим или среднее специальным образованием, владеющим практическим опытом работы с учащимися, имеющим знания в области информационно-компьютерных технологий.

Формы аттестации/контроля

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

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

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

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

Оценочный материал (диагностический инструмент) представлен в приложении 1.

Методический материал

Обучение, а также оценка знаний и умений учащихся проводятся в форме творческих работ, индивидуальных заданий, творческих встреч. При работе над теоретическим материалом предпочтение отдается основополагающим понятиям журналистики. Освоение теоретического материала проводится в форме лекций и последующего обсуждения темы. В ходе занятий учащиеся овладевают техникой постановки вопросов, что очень важно для успешной работы.

Практическая работа и создание собственных материалов обеспечат учащимся прочное усвоение и закрепление профессиональных знаний, умений и

навыков. В процессе занятий учащиеся готовят материалы в различных газетных, телевизионных и радиальных жанрах, самостоятельно делают правку авторского текста, участвуют в конкурсах, «круглых столах», семинарах - дискуссиях, в мастер-классах.

При обучении используются основные методы организации и осуществления учебно-познавательной работы, такие как словесные, наглядные, практические, индуктивные и проблемно-поисковые. Выбор методов (способов) обучения зависит от психофизиологических, возрастных особенностей детей, темы и формы занятий. При этом в процессе обучения все методы реализуются в теснейшей взаимосвязи.

Методика проведения занятий предполагает постоянное создание ситуаций успешности, радости от преодоления трудностей в освоении изучаемого материала. С первых занятий обучающиеся знакомятся с охраной труда на занятиях, противопожарной безопасностью, к правильной организации тренировочного процесса, рациональному использованию рабочего времени, грамотному использованию инвентаря.

В основу программы легли определенные педагогические принципы:

- принцип дополнительности - монолог педагога уступает место смысловому диалогу, взаимодействию, партнерству, ориентация на реальную свободу развивающейся личности.

- принцип открытости учебной и воспитательной информации. Мир знаний "открывается" перед учащимися благодаря работе его сознания, как главной личной ценности. Педагог не "преподносит" знания в готовом для понимания виде, а придает им контекст открытия.

- принцип уважения к личности ребенка в сочетании с разумной требовательностью к нему предполагает, что требовательность является своеобразной мерой уважения к личности учащегося. Разумная требовательность всегда целесообразна, если продиктована потребностями воспитательного процесса и задачами развития личности.

- принцип сознательности и активности учащихся предполагает создание условий для активного и сознательного отношения к обучению, условий для осознания обучающимися правильности и практической ценности получаемых знаний, умений и навыков.

- принцип дифференцированного и индивидуального подхода в обучении предполагает необходимость учета индивидуальных возможностей и возрастных психофизиологических особенностей каждого учащегося при выборе темпа, методов и способа обучения.

- принцип преемственности, последовательности и систематичности заключается в такой организации учащегося процесса, при которой каждое занятие является логическим продолжением ранее проводившейся работы, позволяет

закреплять и развивать достигнутое, поднимать учащегося на более высокий уровень развития.

- принцип доступности и пассивности заключается в применении основного правила дидактики "от простого к сложному, от известного к неизвестному".

Основные технологии, используемые при реализации программы: наглядные технологии; игровые технологии; технологии коллективного творчества.

Дидактический материал

- обучающие видеоролики;

-материал для видео - и фотоотчета.

Воспитательная работа

Современный мир нельзя представить без цифровых технологий. Потребность в быстром восприятии и анализе информации, оперативности в принятии осознанных и ответственных решений, формировании собственной точки зрения и умение её отстаивать в медийной сфере, практиках, исследованиях – всё это требует творческого воспитания детей. Поэтому вопрос создания медийного пространства в школе стал одной из основных целей учебно-воспитательной деятельности школы, а построение медиа образования – важным планируемым результатом.

В реализации практик могут принимать участие как ученики старших классов, так и младшие школьники вместе с классными руководителями, так же родителями. На наш взгляд, медиа пространство открывает новые возможности для поддержки интереса школьника как к индивидуальному творчеству, так и к коллективному.

В социальной группе ВК была создана страница медиацентра «Эвримедиа», в сети RUTUBE создан канал «Эвримедиа», в которых ребята могут выставлять новости школьной жизни, объявления, видеоролики.

Для реализации данной практики используются теоретические и практические формы работы:

- теоретические (единство работы с текстом, фотографией, видео, аудио и сетью интернет как с носителями современной информационной культуры);

- практические (написание статьи, участие в создании репортажа, взятие интервью).

Воспитательная работа в рамках программы реализуется в соответствии с календарным планом воспитательной работы, который разрабатывается на основе Рабочей программы воспитания МАОУ Школы «Эврика-развитие».

Список литературы

Литература для педагога:

1. А как лучше сказать?// Розенталь Д.Э. – М., 2015 г.
2. Газетная зарисовка/ В.П. Владимирцев – Иркутск: Изд-во Иркутского ин-та, 2002
3. Делаем новости!: учебное пособие/ Л.А. Васильева. – М. Аспект Пресс, 2013. – 190 с.
4. История журналистики в России// В.И. Ворошилов – конспект лекций. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А. 2010
5. Культура речи и культура общения // Соколов В.В. – М., Просвещение 2016 г.
6. «Позвольте пригласить вас»... или речевой этикет. Пособие для учащихся// С.И. Львова., - 3-е изд. Дрофа. – 2017., 202 с.
7. Профессия – журналист А. Бовин// Журналист. – 2011. - №3
8. Секреты мастерства: 62 урока о профессиях и мастерах (в помощь педагогам, воспитателям и родителям // А. Лопатина, М. Скребцова. М – ООО «Книжный Дом Локус» 2012. – 352 с.
9. Школьная стенгазета и издательские технологии в школе// Е. Т. Вовк// Информатика: прил. к журн. «Первое сентября». – 2014. -№5
10. Экологическая журналистика, РЯ и реклама [Текст]: учебное пособие Л.А. Коханова. – М., ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 383с.

Список литературы для учащихся

1. А как лучше сказать?// Розенталь Д.Э. – М., 2015 г.
2. Голуб И.Б. Занимательная стилистика//Розенталь Д.Э. – М,2018 г.
3. Культура речи и культура общения // Соколов В.В. – М., Просвещение 2016 г.
4. Практическая стилистика русского языка// Розенталь Д.Э. -М. 2011 г.
5. Речевой этикет и культура общения// А. Ткаченко. Высшая школа экономики. М. – 2018 г.
6. Словарь антонимов русского языка. – М., 2001 г.
7. Словарь русского языка. Под. ред. В.И. Ожегова – М. 2003 г.
8. Словарь синонимов русского языка. – М., 2001 г.
9. Учись фотографировать //А. Вартанов. М., ЮНИТИ-ДАНА – 2018 г.

Интернет-ресурсы

1. <http://school-collection.edu.ru/catalog/pupil/?subject=8>
2. Сеть творческих учителей <http://www.it-n.ru/>
3. <http://rus.1september.ru/topic.php?TopicID=1&Page>
4. <http://www.openclass.ru/>
5. <http://its-journalist.ru/>
6. <http://youngjournal.v-teme.com/>
7. <http://ru.wikipedia.org>

Оценочный материал (диагностический инструмент)

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

пройдите тест и узнайте свой уровень грамотности

Выберите тему и уровень

Тема ☐ Орфография ☐ Пунктуация

Кто вы? ☐ Школьник ☐ Студент ☐ Родитель ☐ Учитель

Класс **9** ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☒ 9 ☐ 10 ☐ 11 ☐ 12

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

Начать тестирование

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

Оценивание каждого критерия по 12 бальной шкале:

1-6 баллов - оценка «3»;

6-10 баллов - оценка «4»;

11-12 баллов - оценка «5».

Общий результат:

1-30 – оценка «3»;

30-50 - оценка «4»;

50-60 – оценка «5».

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

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

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

Требования к объекту оценивания:

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

New Roman

Критерии оценки	Показатели
1. Критерии <u>авторства</u>	
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 предьявления 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.

3. Требования к презентации в Power Point

№	Критерии	Требования	Примечания
---	----------	------------	------------

1.	Основные слайды презентации	Структура презентации: 1-ый слайд – титульный лист – тема, автор, логотип; 2-ой слайд – сведения об авторе; 3-ий слайд – содержание презентации с кнопками навигации; в конце – список используемых источников завершающий слайд – повторение контактной информации об авторе.	На 2-ом слайде размещается фотография автора, информация о нём и контактная информация. Кнопки навигации нужны для быстроты перемещения внутри презентации – к любому слайду можно добраться в 2 щелчка. Соблюдайте основные правила цитирования и авторские права!!! (обязательно указание первоисточников материалов: откуда взяли иллюстрации, звуки, тексты, ссылки; кроме интернет-ссылок, указываются и печатные издания)
2.	Виды слайдов	Для обеспечения наглядности следует использовать разные способы размещения информации и разные виды слайдов: • с текстом • с иллюстрациями; • с таблицами; • с диаграммами; • с анимацией	
3.	Шрифт	Текст должен быть хорошо виден. Размер шрифта должен быть максимально крупным на слайде! Самый «мелкий» для презентации – шрифт 24 пт (для текста) и 40 пт (для заголовков). Лучше использовать шрифты Arial, Verdana, Tahoma, Comic Sans MS Интервал между строк – полуторный.	Желательно устанавливать единый стиль шрифта для всей презентации.

4.	Содержание информации	При подготовке текста презентации в обязательном порядке должны соблюдаться общепринятые правила орфографии, пунктуации, стилистики и правила оформления текста (отсутствие точки в заголовках и т.д.), а также могут использоваться общепринятые сокращения. Форма представления информации должна соответствовать уровню знаний аудитории слушателей, для которых демонстрируется презентация.	В презентациях точка в заголовках ставится.
5.	Объем информации	Недопустимо заполнять один слайд слишком большим объемом информации: единовременно человеку трудно запомнить более трех фактов, выводов или определений. Наибольшая эффективность передачи содержания достигается, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.	Размещать много мелкого текста на слайде недопустимо! Существует мнение, что на слайде должно быть размещено не более 290 знаков (включая пробелы).
6.	Способы выделения информации	Следует наглядно размещать информацию: применять рамки, границы, заливку, разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки. Если хотите привлечь особое внимание, используйте рисунки, диаграммы, схемы, таблицы, выделяйте опорные слова.	Важно не нарушать чувства меры: не перегружать слайды, но в то же время и не размещать сплошной текст.
7.	Использование списков	Списки из большого числа пунктов не приветствуются. Лучше использовать списки по 3-7 пунктов. Большие списки и таблицы разбивать на 2 слайда.	

8.	Воздействие цвета	Важно грамотное сочетание цвета в презентации! На одном слайде рекомендуется использовать <i>не более трех цветов</i>: один для фона, один для заголовков, один для текста. Для фона и текста используйте контрастные цвета. Учитывайте, что цвет влияет на восприятие различных групп слушателей по-разному (дети, взрослые, деловые партнеры, участники конференции и т.д.).	Цвет может увеличить или уменьшить кажущиеся размеры объектов. Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).
9.	Цвет фона	Для фона выбирайте более холодные тона (предпочтительнее) или светлый фон и темные надписи. Пёстрый фон не применять.	Текст должен быть хорошо виден на любом экране! Не забывайте, что презентация отображается по-разному на экране монитора и через проектор (цветовая гамма через проектор искажается, будет выглядеть темнее и менее контрастно)

10.	Размещение изображений и фотографий	В презентации размещать только оптимизированные (уменьшенные) изображения. Картинка должна иметь размер не более 1024*768 Иллюстрации располагаются на слайдах так, чтобы слева, справа, сверху, снизу от края слайда оставались неширокие свободные поля. Перед демонстрацией ОБЯЗАТЕЛЬНО проверять, насколько четко просматриваются изображения.	Для уменьшения объема самой презентации рекомендуется соблюдать правила: • оптимизировать объем изображений (для уменьшения «веса» картинки можно использовать Microsoft Office Picture Manager); вставлять картинки, используя специальные поля PowerPoint, а не просто перетаскивать их в презентацию; • обрезать картинку лучше в специализированной программе (Photoshop или др.), а не непосредственно средствами PowerPoint Как правило, картинка (не фотография) весит меньше в формате gif / png, нежели в jpg и т.д. Плохой считается презентация, которая: • долго загружается и имеет большой размер, • когда фотографии и картинки растянуты и имеют нечеткие изображения! Помните, что анимированные картинки не должны отвлекать внимание от содержания!
-----	--	--	--

11.	Анимационные эффекты	Анимация не должна быть навязчивой! Не допускается использование побуквенной анимации и вращения, а также использование более 3-х анимационных эффектов на одном слайде. Не рекомендуется применять эффекты анимации к заголовкам, особенно такие, как «Вращение», «Спираль» и т.п. При использовании анимации следует помнить о недопустимости пересечения вновь появляющегося объекта с элементами уже присутствующих объектов на экране.	В информационных слайдах анимация объектов допускается только в случае, если это необходимо для отражения изменений и если очередность появления анимированных объектов соответствует структуре презентации и теме выступления. Исключения составляют специально созданные, динамические презентации.
12.	Звук	Не допускается сопровождение появления текста звуковыми эффектами из стандартного набора звуков PowerPoint. Музыка должна быть ненавязчивая, а её выбор оправдан!	Звуковое сопровождение слайдов подбирайте с осторожностью, только там, где это действительно необходимо. Того же правила придерживайтесь при использовании анимационных эффектов.
13.	Единство стиля Сохранение презентаций	Для лучшего восприятия старайтесь придерживаться ЕДИНОВОГО ФОРМАТА СЛАЙДОВ (одинаковый тип шрифта, сходная цветовая гамма). Недопустимо использование в одной презентации разных шаблонов оформления! Сохранять презентацию лучше как «Демонстрация PowerPoint». С расширением .pps	Тогда в одном файле окажутся ВСЕ приложения (музыка, ссылки, текстовые документы и т.д.)

4. Аттестация по завершению программы

Презентации учебных проектов могут быть проведены в виде:

- демонстрации видеофильма;
- диалога исторических или литературных персонажей;

- инсценировки реального или вымышленного исторического события;
- пресс-конференции;
- видеопутешествия или видеоэссе;
- рекламы;
- ролевой игры;
- интервью;
- телепередачи;
- фоторепортаж;
- виртуальной экскурсии.

Оценивание презентации и защиты проекта происходит по разработанным критериям.

Критерии оценки содержания и защиты проекта

Критерии оценки проекта	Содержание критерия оценки	Кол-во баллов	Самооценка	Оценка руководителя проекта
Актуальность поставленной проблемы	Насколько работа интересна в практическом или теоретическом плане?	От 0 до 1		
	Насколько работа является новой? Обращается ли автор к проблеме, для комплексного решения которой нет готовых ответов?	От 0 до 1		
	Верно ли определил автор актуальность работы?	От 0 до 1		
	Верно ли определены цели, задачи работы?	От 0 до 2		
Теоретическая или практическая ценность	Результаты исследования доведены до идеи (потенциальной возможности) применения на практике.	От 0 до 2		

	Проделанная работа решает или детально прорабатывает на материале проблемные теоретические вопросы в определенной научной области	От 0 до 2		
	Автор в работе указал теоретическую и/или практическую значимость	От 0 до 1		
Методы исследования	Целесообразность применяемых методов	1		
	Соблюдение технологии	1		
	использования методов			
Качество содержания проектной работы	Выводы работы соответствуют поставленным целям	2		
	Оригинальность, неповторимость проекта	2		
	В проекте есть разделение на части, компоненты, в каждом из которых освещается отдельная сторона работы	1		
	Есть ли исследовательский аспект в работе	2		

	Есть ли у работы перспектива развития	1		
Качество продукта проекта (презентации, сайта, информационного диска)	Интересная форма представления, но в рамках делового стиля	От 0 до 2		
	Логичность, последовательность слайдов, фотографий и т.д.	От 0 до 2		
	Форма материала соответствует задумке	1		
	Текст легко воспринимается	1		
	Отсутствие грамматических ошибок, стиль речи	1		
Компетентность участника при защите работы	Четкие представления о целях работы, о направлениях ее развития, критическая оценка работы и полученных результатов	От 0 до 2		
	Докладчик изъясняется ясно, четко, понятно, умеет заинтересовать аудиторию, обращает внимание на главные моменты в работе	От 0 до 2		

Докладчик опирается на краткие тезисы, выводы, и распространяет, объясняет их аудитории.	От 0 до 2		
Докладчик выдержал временные рамки выступления и успел раскрыть основную суть работы.	От 0 до 2		
Докладчик смог аргументировано ответить на заданные вопросы либо определить возможные пути поиска ответа на вопрос	От 0 до 2		

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%

Оценочный материал (диагностический инструмент)

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

пройдите тест и узнайте свой уровень грамотности

Выберите тему и уровень

Тема

Кто вы?

Класс **9**

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

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

Оценивание каждого критерия по 12 бальной шкале:

1-6 баллов - оценка «3»;

6-10 баллов - оценка «4»;

11-12 баллов - оценка «5».

Общий результат:

1-30 – оценка «3»;

30-50 - оценка «4»;

50-60 – оценка «5».

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

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

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

Требования к объекту оценивания:

6. Тема задается учителем.

7. Наличие заголовка текста, соответствующего теме репортажа.

8. Указание автора текста.

9. Отсутствие речевых и грамматических ошибок в тексте.

10. Объем текста: 1-2 печатных листа, 14 кегль, интервал 1,5, шрифт Times New Roman

Критерии оценки	Показатели
1. Критерии <u>авторства</u>	
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 предьявления 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.

5. Требования к презентации в Power Point

№	Критерии	Требования	Примечания
---	----------	------------	------------

1.	Основные слайды презентации	Структура презентации: 4-ый слайд – титульный лист – тема, автор, логотип; 5-ой слайд – сведения об авторе; 6-ий слайд – содержание презентации с кнопками навигации; в конце – список используемых источников завершающий слайд – повторение контактной информации об авторе.	На 2-ом слайде размещается фотография автора, информация о нём и контактная информация. Кнопки навигации нужны для быстроты перемещения внутри презентации – к любому слайду можно добраться в 2 щелчка. Соблюдайте основные правила цитирования и авторские права!!! (обязательно указание первоисточников материалов: откуда взяли иллюстрации, звуки, тексты, ссылки; кроме интернет-ссылок, указываются и печатные издания)
2.	Виды слайдов	Для обеспечения наглядности следует использовать разные способы размещения информации и разные виды слайдов: • с текстом • с иллюстрациями; • с таблицами; • с диаграммами; • с анимацией	
3.	Шрифт	Текст должен быть хорошо виден. Размер шрифта должен быть максимально крупным на слайде! Самый «мелкий» для презентации – шрифт 24 пт (для текста) и 40 пт (для заголовков). Лучше использовать шрифты Arial, Verdana, Tahoma, Comic Sans MS Интервал между строк – полуторный.	Желательно устанавливать ЕДИНЫЙ СТИЛЬ шрифта для всей презентации.

4.	Содержание информации	При подготовке текста презентации в обязательном порядке должны соблюдаться общепринятые правила орфографии, пунктуации, стилистики и правила оформления текста (отсутствие точки в заголовках и т.д.), а также могут использоваться общепринятые сокращения. Форма представления информации должна соответствовать уровню знаний аудитории слушателей, для которых демонстрируется презентация.	В презентациях точка в заголовках ставится.
5.	Объем информации	Недопустимо заполнять один слайд слишком большим объемом информации: единовременно человеку трудно запомнить более трех фактов, выводов или определений. Наибольшая эффективность передачи содержания достигается, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом отдельном слайде.	Размещать много мелкого текста на слайде недопустимо! Существует мнение, что на слайде должно быть размещено не более 290 знаков (включая пробелы).
6.	Способы выделения информации	Следует наглядно размещать информацию: применять рамки, границы, заливку,	Важно не нарушать чувства меры: не перегружать слайды, но в то же время и не размещать

		разные цвета шрифтов, штриховку, стрелки. Если хотите привлечь особое внимание, используйте рисунки, диаграммы, схемы, таблицы, выделяйте опорные слова.	сплошной текст.
7.	Использование списков	Списки из большого числа пунктов не приветствуются. Лучше использовать списки по 3-7 пунктов. Большие списки и таблицы разбивать на 2 слайда.	
8.	Воздействие цвета	Важно грамотное сочетание цвета в презентации! На одном слайде рекомендуется использовать <i>не более трех цветов</i> : один для фона, один для заголовков, один для текста. Для фона и текста используйте контрастные цвета. Учитывайте, что цвет влияет на восприятие различных групп слушателей по-разному (дети, взрослые, деловые партнеры, участники конференции и т.д.).	Цвет может увеличить или уменьшить кажущиеся размеры объектов. Обратите внимание на цвет гиперссылок (до и после использования).
9.	Цвет фона	Для фона выбирайте более холодные тона (предпочтительнее) или светлый фон и темные надписи. Пёстрый фон не применять.	Текст должен быть хорошо виден на любом экране! Не забывайте, что презентация отображается по-разному на экране монитора и через проектор (цветовая гамма через проектор искажается, будет выглядеть темнее и менее контрастно)
10.	Размещение изображений и фотографий	В презентации размещать только оптимизированные (уменьшенные) изображения. Картинка должна иметь размер не более 1024*768 Иллюстрации располагаются на слайдах так, чтобы слева, справа, сверху, снизу от края слайда оставались неширокие свободные поля. Перед демонстрацией	Для уменьшения объема самой презентации рекомендуется соблюдать правила: • оптимизировать объем изображений (для уменьшения «веса» картинки можно использовать Microsoft Office Picture Manager); • вставлять картинки, используя

		ОБЯЗАТЕЛЬНО проверять, насколько четко просматриваются изображения.	специальные поля PowerPoint, а не просто перетаскивать их в презентацию; • обрезать картинку лучше в специализированной программе (Photoshop или др.), а не непосредственно средствами PowerPoint Как правило, картинка (не фотография) весит меньше в формате gif / png, нежели в jpg и т.д. Плохой считается презентация, которая: • долго загружается и имеет большой размер, • когда фотографии и картинки растянуты и имеют нечеткие изображения! Помните, что анимированные картинки не должны отвлекать внимание от содержания!
11.	Анимационные эффекты	Анимация не должна быть навязчивой! Не допускается использование <i>побуквенной</i> анимации и вращения, а также использование более 3-х анимационных эффектов на одном слайде. Не рекомендуется применять эффекты анимации к заголовкам, особенно такие, как «Вращение», «Спираль» и т.п. При использовании анимации следует помнить о недопустимости пересечения вновь появляющегося объекта с элементами уже присутствующих объектов на экране.	В информационных слайдах анимация объектов допускается только в случае, если это необходимо для отражения изменений и если очередность появления анимированных объектов соответствует структуре презентации и теме выступления. Исключения составляют специально созданные, динамические презентации.
12.	Звук	Не допускается сопровождение появления текста звуковыми эффектами из стандартного набора звуков	Звуковое сопровождение слайдов подбирайте с осторожностью, только там, где это действительно необходимо.

		PowerPoint. Музыка должна быть ненавязчивая, а её выбор оправдан!	Того же правила придерживайтесь при использовании анимационных эффектов.
13.	Единство стиля	Для лучшего восприятия старайтесь придерживаться ЕДИНОГО ФОРМАТА СЛАЙДОВ (одинаковый тип шрифта, сходная цветовая гамма). Недопустимо использование в одной презентации разных шаблонов оформления!	
	Сохранение презентаций	Сохранять презентацию лучше как «Демонстрация PowerPoint». С расширением .pps	Тогда в одном файле окажутся ВСЕ приложения (музыка, ссылки, текстовые документы и.т.д.)

6. Итоговая аттестация

Презентации учебных проектов могут быть проведены в виде:

- демонстрации видеофильма;
- диалога исторических или литературных персонажей;
- игры с залом;
- инсценировки реального или вымышленного исторического события;
- пресс-конференции;
- видеопутешествия или видеоэссе;
- рекламы;
- ролевой игры;
- интервью;
- телепередачи;
- фоторепортаж;
- виртуальной экскурсии.

Оценивание презентации и защиты проекта происходит по разработанным критериям.

Критерии оценки содержания и защиты проекта

Критерии оценки проекта	Содержание критерия оценки	Кол-во баллов	Самооценка	Оценка руководителя проекта

Актуальность поставленной проблемы	Насколько работа интересна в практическом или теоретическом плане?	От 0 до 1		
------------------------------------	--	-----------	--	--

	Насколько работа является новой? Обращается ли автор к проблеме, для комплексного решения которой нет готовых ответов?	От 0 до 1		
	Верно ли определил автор актуальность работы?	От 0 до 1		
	Верно ли определены цели, задачи работы?	От 0 до 2		
Теоретическая или практическая ценность	Результаты исследования доведены до идеи (потенциальной возможности) применения на практике.	От 0 до 2		
	Проделанная работа решает или детально прорабатывает на материале проблемные теоретические вопросы в определенной научной области	От 0 до 2		
	Автор в работе указал теоретическую и/или практическую значимость	От 0 до 1		
Методы исследования	Целесообразность применяемых методов	1		

	Соблюдение технологии	1		
	использования методов			
Качество содержания проектной работы	Выводы работы соответствуют поставленным целям	2		
	Оригинальность, неповторимость проекта	2		
	В проекте есть разделение на части, компоненты, в каждом из которых освещается отдельная сторона работы	1		
	Есть ли исследовательский аспект в работе	2		
	Есть ли у работы перспектива развития	1		
Качество продукта проекта (презентации, сайта, информационного диска)	Интересная форма представления, но в рамках делового стиля	От 0 до 2		
	Логичность, последовательность слайдов, фотографий и т.д.	От 0 до 2		
	Форма материала соответствует задумке	1		
	Текст легко воспринимается	1		

	Отсутствие грамматических ошибок, стиль речи	1		
--	--	---	--	--

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

Входной тест по журналистике

16. Слово «журналистика» заимствовано
из а. английского языка

б. немецкого языка

в. французского языка

г. итальянского языка

Ответ: в

17. Анкетирование как способ получения информации используется в жанре. репортажа

б. рецензии

в. обзора

г. отчета

Ответ: а

18. Основной «инструмент» журналиста — это

...а. текст

б. изображение

в. звук

г. слово

Ответ: г

19. Эффект присутствия, достоверности, сопереживания характерен для. репортажа

б. фельетона

в. отчета

г. корреспонденции

Ответ: а

20. Слово «газета» — это заимствование

из. итальянского языка

б. английского языка

в. французского языка

г. немецкого языка

Ответ: а

21. Главная цель журналистского труда состоит

а. в сборе информации

б. в ее обработке

в. в создании журналистского текста

г. в передаче информации

Ответ: г

22. Первая печатная газета в России

называлась. «Искра»

б. «Ведомости»

в. «Друг народа»

г. «Вести»

Ответ: б

23. Главным компонентом любого рода и вида журналистики является. изображение

б. звук

в. литературная основа

г. комментарий

Ответ: в

24. Радиоприемник

изобретена. Г. Герцем

б. В. Гамильтоном

в. А. Поповым

г. Д. Максвеллом

Ответ: в

25. «Строителем» кадра, специалистом, обеспечивающим красивый формат видео в

тележурналистике, является

а. осветитель

б. редактор

в. оператор

г. статист

Ответ: в

26. Информационное сообщение о событии или мероприятии — это

а. корреспонденция

б. отчет

в. эссе

г. очерк

Ответ: б

27. Журнал «Современник» был основан

а. Некрасовым

б. Чернышевским

в. Горьким

г. Пушкиным

Ответ: г

28. Первый журнал 19 века в России — это

а. «Библиотека для чтения»

б. «Вестник Европы»

в. «Современник»

г. «Невский зритель»

Ответ: б

29. Первым журналом для женщин в России был

а. «Дамский мир»

б. «Женский вестник»

в. «Работница»

г. «Женщина»

Ответ: б

30. 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%