

Министерство образования и науки Пермского края
Государственное бюджетное образовательное учреждение
«Академия первых»

ПРИНЯТА


педагогическим советом
ГБОУ «Академия первых»

Протокол от 20.04.2022 № 5

УТВЕРЖДЕНА

приказом директора
ГБОУ «Академия первых»

от 20.04.2022 № 117


Ю.В. Трясцина

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
«Школьные, детские и молодёжные медиа»

Возраст обучающихся: 12 – 15 лет

Срок реализации программы: 72 часа

Составитель программы:

Д.И. Мясникова, к.ф.н.

Пермь
2022

Министерство образования и науки Пермского края
Государственное бюджетное образовательное учреждение
«Академия первых»

ПРИНЯТА

педагогическим советом
ГБОУ «Академия первых»

Протокол от 20.04.2022 № 5

УТВЕРЖДЕНА

приказом директора
ГБОУ «Академия первых»

от 20.04.2022 № 117

Ю.В. Трящина

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩАЯ ПРОГРАММА
«Школьные, детские и молодёжные медиа»

Возраст обучающихся: 12 – 15 лет

Срок реализации программы: 72 часа

Составитель программы:
Д.И. Мясникова, к.ф.н.

Пермь
2022

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Направленность (профиль) программы: настоящая программа «Школьные, детские и молодежные медиа» является дополнительной общеразвивающей программой социально-гуманитарной направленности, относящейся к базовому уровню реализации.

Актуальность программы: медиа образование является одной из возможных форм целенаправленной подготовки школьников к взаимодействию с миром СМИ и, опосредованно, с миром в целом, а также педагогически целесообразной помощью им в определении своего места в этом мире. Ювенильная журналистика, в которой дети и подростки сами являются создателями медиапродуктов, является выражением общественно направленной организованной самодеятельности детей и обладает существенным потенциалом для становления личности. Включение медиапространство предоставляет школьнику возможности для проявления инициативы в деятельности и общении, способствует ценностно-смысловому самоопределению и самореализации, что адекватно возрастным потребностям подростка.

Отличительные особенности программы: программа «Школьные, детские и молодежные медиа» рассчитана на интенсивный краткосрочный, а не растянутый по времени реализации курс обучения и сочетает в себе, с одной стороны, популярные в детской и молодёжной среде форматы, а с другой стороны, позволяет наполнять их качественным и общественно значимым содержанием, создание которого становится возможным при поддержке профессионального журналистского сообщества.

Практический результат программы в долгосрочной перспективе – создание сети школьных пресс-центров, освещающих актуальные темы своих образовательных учреждений, представляют героев из числа своих сверстников, организуют информационное сопровождение событий в школьной жизни. Таким образом, создается единое открытое молодежное медиапространство Пермского края.

Адресат программы: программа «Школьные, детские и молодежные медиа» предназначена для детей 12-15 лет, обучающихся в 6-8 классах

общеобразовательных организаций, которые уже освоили начальные знания в области журналистики и медиа коммуникаций. Набор на обучение осуществляется на основании результатов конкурсного отбора на обучение, позволяющего оценить уровень готовности ребенка к обучению. Материалы и критерии конкурсного отбора разрабатываются и формируются Экспертным советом ГБОУ «Академия первых».

Срок реализации программы: 72 академических часа аудиторных занятий.

Формы обучения: настоящая программа предполагает очное обучение. Состав объединения обучающихся (группы) – 15-20 человек.

Форма отбора: отбор будет проходить в форме эссе «Ваша роль в современном медиа-пространстве». Критерии оценивания: мотивация ребёнка к участию в смене, опыт в сфере журналистики и производстве контента, общая грамотность (каждый критерий- максимум 3 балла).

1. ЦЕЛЬ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Целью реализации настоящей дополнительной общеразвивающей программы является формирование информационной культуры школьников Пермского края, посредством освоения актуальных медиа технологий и применения их для создания школьных СМИ и освещения актуальных тем и событий в образовательных учреждениях и системе образования региона.

2. ЗАДАЧИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

2.1. Образовательные задачи:

- показать тенденции и технологии трансформации детского прессцентра в условиях современного информационного общества;
- научить создавать социально значимую информационную продукцию в различных форматах: текст, фото, видео, аудио, графика;
- сформировать опыт использования технологий медиа коммуникаций как части школьной жизни.

2.2. Развивающие задачи:

- содействовать развитию логического мышления,

коммуникативных способностей;

- развивать умение работать в режиме творчества;
- развивать умение принимать нестандартные решения в процессе

поиска интересной темы.

2.3. Воспитательные задачи:

- пробудить интерес к событиям, происходящим в мире, стране, своем населенном пункте;
- содействовать формированию гуманистических ценностей и ответственного отношения к происходящему вокруг;
- способствовать становлению активной жизненной позиции.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Результатом усвоения программы является успешное прохождение защиты медиа проекта.

По окончании программы обучающиеся будут *знать*:

- возможности современных информационных технологий для развития метапредметных и личностных компетенций детей и подростков;
- технологии интеграции информационно-образовательных печатных и электронных ресурсов учащихся и детско-юношеских, педагогических объединений в мультимедийный холдинг;
- технологии, дающие возможности интерактивного взаимодействия между участниками молодежного медиапространства. По окончании программы обучающиеся будут *уметь*:

- конструировать открытое медийное пространство, способствующее самоопределению и самореализации;
- использовать творчески и конструктивно критически относиться к инновациям, быть готовым внедрять их в свою практику при условии очевидности пользы;
- вовлекать школьников в информационную деятельность для освещения основных мероприятий своего образовательного учреждения и обсуждения актуальных вопросов для детской и подростковой аудитории.

4. СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНЫЙ ПЛАН
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ
«Школьные, детские и молодежные медиа»

| № | Наименование раздела (модуля)/ темы | Количество часов | | | Формы аттестации/ контроля |
|----|--|------------------|--------|----------|--|
| | | Всего | Теория | Практика | |
| 1. | Школьные, детские и молодёжные СМИ: от замысла до воплощения | 6 | 2 | 4 | Презентация идеи учебного медиапроекта |
| 2. | Жанры журналистики и новые форматы для школьного прессцентра | 6 | 2 | 4 | Творческая работа по жанрам журналистики |
| 3. | Сторителлинг как подход к созданию журналистских материалов | 6 | 2 | 4 | Творческая работа по сторителлингу |
| 4. | Целевая аудитория и медиа планирование | 6 | 2 | 4 | Представление медиаплана учебного медиапроекта |
| 5. | Текст для печатного СМИ и интернета | 6 | 2 | 4 | Творческая работа по созданию текста |
| 6. | Видеорепортаж | 6 | 2 | 4 | Творческая работа по созданию видеорепортажа |
| 7. | Аудио подкаст | 6 | 2 | 4 | Творческая работа по созданию аудио подкаста |
| 8. | Фото и Инфографика | 6 | 2 | 4 | Творческая работа по созданию визуального ряда |
| 9. | Социальные сети для школьных, детских и молодёжных СМИ | 6 | 2 | 4 | Творческая работа по созданию анонса учебного |

| | | | | | |
|---------------|---|-----------|-----------|-----------|---|
| | | | | | медиапроекта |
| 10. | Продвижение медиаконтента | 6 | 2 | 4 | Творческая работа по созданию информационной кампании |
| 11. | Организация детского прессконтента на мероприятии | 6 | 2 | 4 | Участие в прессконференции с гостем |
| 12. | Медиапоказ | 6 | 0 | 6 | Презентация итоговых учебных медиапроектов |
| Итого: | | 72 | 22 | 50 | |

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО ПЛАНА

Тема 1. Школьные, детские и молодёжные СМИ: от замысла до воплощения

Теория. Структура и ключевые направления деятельности школьного медиахолдинга, принципы работы. Концепция, выбор формата, создание команды для системного функционирования школьного медиа.

Практика. Знакомство с обучающимися в формате игры «Время медиа свиданий», определение стартового уровня их компетенций в сфере массовых коммуникаций, представление имеющегося опыта, на который можно будет опираться при выполнении творческих задач. Определение личных целей каждым участником программы. Деловая игра «Планирование медиапродукта».

Тема 2. Жанры журналистики и новые форматы для школьного пресс-центра

Теория. Традиционные и новые жанры журналистики. Трансформация жанров для разных типов СМИ. Информационные, аналитические, художественно-публицистические жанры. Тренды и новые форматы в медиа.

Практика. Анализ журналистских материалов разных жанров. Поиск героев. Ролевая игра «Интервью с героем». Поиск и анализ материалов по трендам в медиа. Работа с карточками по новым форматам в медиа.

Тема 3. Сторителлинг как подход к созданию журналистских материалов

Теория. Понятие сторителлинга. Основные элементы истории: герой, идея, проблема, эмоции, «рождение нового мира». Схемы создания историй по Аристотелю, Жоржу Польти, Дену Хармону. Заголовок в журналистском материале. Пять приемов и десять видов построения заголовка.

Практика. Анализ журналистских материалов по Аристотелю, Жоржу Польти, Дену Хармону. Создание историй при помощи карточек по сторителлингу. Создание заголовков к текстам.

Тема 4. Целевая аудитория и медиа планирование

Теория. Понятие целевой аудитории. Технологии определения целевой аудитории. Специфика создания контента и выбора платформы для разных целевых аудиторий. Анализ медиапространства. Медиа планирование.

Практика. Определение целевых аудиторий учебных медиапроектов. Выявление специфики контента и платформ для его размещения. Анализ медиапространства по темам учебных медиапроектов. Составление медиаплана для учебных проектов.

Тема 5. Текст для печатного СМИ и интернета

Теория: Особенности построения текста для печатного СМИ и для интернет-платформ. Структура журналистского текста и его трансформация в интернет-пространстве, принцип перевернутой пирамиды. Принципы редактирования текста.

Практика. Создание текста по теме учебного медиапроекта с использованием принципа перевернутой пирамиды. Выбор источников информации, проверка фактов, герои как основа текста. Редактирование текста.

Тема 6. Видеорепортаж

Теория. Работа корреспондента в кадре, особенности операторской съемки. Структура телевизионного сюжета, роли корреспондента и оператора, распределение обязанностей. Особенности работы корреспондента в кадре. Принципы монтажа, плашки и заставки, устранение погрешностей съемки и звука. Общие правила и принципа монтажа.

Практика. Запись стендапа. Начитка закадрового текста. Подготовка оборудования для операторской съемки, выбор планов, техника съемки, работа со звуком. Программы для монтажа, создания заставок. Плашки, переходы, эффекты. Устранение погрешностей съемки и звука. **Тема 7.**

Аудио подкаст

Теория: Подкаст как жанр журналистского материала: темы, техническое оснащение, примеры подкастов. Ведущие и гости подкаста. Технические вопросы подготовки подкаста: запись, монтаж, выгрузка на платформу. Речь ведущего и гостей, дикция и подготовка текста и плана.

Практика: Проработка возможных тем для подкастов, прослушивание примеров. Отработка упражнений на дикцию и артикуляцию. Работа в программах для записи и монтажа аудиофайлов.

Тема 8. Фото и Инфографика

Теория. Подготовка визуального ряда для журналистского текста: фотоиллюстрация, фоторепортаж, мемы, инфографика Роль фотоиллюстрации в журналистском материале. Принципы фотосъемки мероприятий, подготовка оборудования, свет, композиция. Визуал для социальных сетей.

Практика. Создание фоторепортажа. Обработка фотографий. Подбор данных для инфографики, сервисы, позволяющие ее визуализировать. Создание визуала для социальных сетей. Создание карточек для социальных сетей.

Тема 9. Социальные сети для школьных, детских и молодёжных СМИ

Теория. Особенности контента и его продвижение в социальных сетях: «ВКонтакте», Instagram, YouTube, TikTok. Типы контента для разных социальных сетей. Адаптация материалов по одному информационному поводу для каждой из платформ: «ВКонтакте», Instagram, YouTube, TikTok. Хэштеги, разметка, мемы, gif-анимация, вирусные видео.

Практика. Использование актуального инструментария, новые опции. Программы и сервисы для обработки фото и видео на мобильных

устройствах. Принципы и шаблоны для создания мемов. Создание мемов. Создание gifанимации.

Тема 10. Продвижение медиаконтента

Теория. Организация акций и челленджей: выбор формы и содержания, привлечение участников. Организация и проведение конкурсов, акций и челленджей. Специфические особенности, технологии вовлечения аудитории. Особенности работы с официальными медийными платформами: профессиональные и молодежные СМИ

Практика. Создание и продвижение акции или челленджа по тематике учебного медиапроекта. Работа с комментариями пользователей социальных сетей. Создание пресс-релиза о событии. Механизмы взаимодействия с молодежными СМИ, специфика контента.

Тема 11. Организация детского пресс-центра на мероприятии

Теория. Технология организации детского пресс-центра. Изучение содержания мероприятия и распределение обязанностей. Подготовка оборудования. Организация освещения события в режиме реального времени. Работа с медийными персонами и лидерами мнений: пресс-конференция, брифинг, распространение контента.

Практика. Подготовка к взаимодействию с медийными персонами: изучение биографии, составление вопросов. Организация и проведение прессконференции с гостем.

Тема 12. Медиа показ

Теория: -

Практика: Презентация созданных в течение смены журналистских материалов, планы и перспективы развития в молодёжном медиaprостранстве. Рекомендации медиапедагогов и приглашенных экспертов по дальнейшему развитию. Подведение личных итогов каждым участником программы, определение точек роста в медиасфере, разработка индивидуальных образовательных маршрутов в молодёжном медиaprостранстве. Критерии оценки медиа проектов:

- Полнота раскрытия выбранной темы (0–5 баллов);
- Качество технического воплощения медиа работы (0–5 баллов);

- Распределение обязанностей и роль каждого участника команды в создании медиа работы (0–5 баллов);
- Охват и взаимодействие с целевой аудиторией (0–5 баллов); – Презентация медиа работы (0–5 баллов).

КАЛЕНДАРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ГРАФИК

(УЧЕБНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН)

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ

«ШКОЛЬНЫЕ, ДЕТСКИЕ И МОЛОДЕЖНЫЕ МЕДИА»

| № п/п | Месяц | Число | Время проведения занятия | Форма занятия | Кол-во часов | Тема занятия | Место проведения | Форма контроля |
|-------|--|-------|--------------------------|---------------|--------------|---|------------------|--|
| 1. | Месяц, число и время проведения занятий определяются конкретным периодом организации и проведения образовательных смен (периодов реализации образовательной программы) | | | | 6 в т.ч.: | Школьные, детские и молодежные медиа: от замысла до воплощения | | Презентация идеи учебного медиа проекта |
| 1.1. | | | | Лекция | 2 | Школьные, детские и молодежные медиа: от замысла до воплощения (теория) | Аудитория | |
| 1.2. | | | | Воркшоп | 4 | Школьные, детские и молодежные медиа: от замысла до воплощения (практика) | Аудитория | |
| 2. | | | | | 6 в т.ч.: | Жанры журналистики и новые форматы для школьного пресс-центра | | Творческая работа по жанрам журналистики |

| | | | | | |
|------|---------|-----------|--|-----------|------------------------------------|
| 2.1. | Лекция | 2 | Жанры журналистики и новые форматы для школьного пресс-центра (теория) | Аудитория | |
| 2.2. | Воркшоп | 4 | Жанры журналистики и новые форматы для школьного пресс-центра (практика) | Аудитория | |
| 3. | | 6 в т.ч.: | Сторителлинг как подход к созданию журналистских материалов | | Творческая работа по сторителлингу |
| 3.1. | Лекция | 2 | Сторителлинг как подход к созданию журналистских материалов (теория) | Аудитория | |
| 3.2. | Воркшоп | 4 | Сторителлинг как подход к созданию журналистских материалов (практика) | Аудитория | |

| | | | | | |
|------|---------|-----------|---|--|--|
| 4. | | 6 в т.ч.: | Целевая аудитория и медиа планирование | | Представление медиа плана учебного медиа проекта |
| 4.1. | Лекция | 2 | Целевая аудитория и медиа планирование (теория) | Аудитория | |
| 4.2. | Воркшоп | 4 | Целевая аудитория и медиа планирование (практика) | Аудитория с рабочими местами обучающихся, оборудованные компьютерами | |
| 5. | | 6 в т.ч.: | Текст для печатного СМИ и интернета | | |
| 5.1. | Лекция | 2 | Текст для печатного СМИ и интернета | Аудитория | |
| 5.2. | Воркшоп | 4 | Текст для печатного СМИ и интернета | Аудитория с рабочими местами обучающихся, оборудованные компьютерами | |

| | | | | | |
|------|---------|-----------|--------------------------|--|--|
| 6. | | 6 в т.ч.: | Видеорепортаж | | Творческая работа по созданию видеорепортажа |
| 6.1. | Лекция | 2 | Видеорепортаж (теория) | Аудитория | |
| 6.2. | Воркшоп | 4 | Видеорепортаж (практика) | Аудитория с рабочими местами обучающихся, оборудованные компьютерами | |
| 7. | | 6 в т.ч.: | Аудио подкаст | | Творческая работа по созданию аудио подкаста |
| 7.1. | Лекция | 2 | Аудио подкаст (теория) | Аудитория | |
| 7.2. | Воркшоп | 4 | Аудио подкаст (практика) | Аудитория с рабочими местами обучающихся, оборудованные | |

| | | | | |
|------|-----------|--|--|--|
| | | | компьютерами | |
| 8. | 6 в т.ч.: | Фото и Инфографика | | Творческая работа по созданию визуального ряда |
| 8.1. | 2 | Фото и Инфографика (теория) | Аудитория | |
| 8.2. | 4 | Фото и Инфографика (практика) | Аудитория с рабочими местами обучающихся, оборудованные компьютерами | |
| 9. | 6 в т.ч.: | Социальные сети для школьных, детских и молодёжных СМИ | | Творческая работа по созданию анонса учебного медиапроекта |
| 9.1. | 2 | Социальные сети для школьных, детских и молодёжных СМИ | Аудитория | |
| 9.2. | 4 | Социальные сети для школьных, детских и | Аудитория с рабочими местами | |

| | | | | |
|------|-----------|--|--|---|
| | | молодёжных СМИ (практика) | обучающихся, оборудованные компьютерами | |
| 10. | 6 в т.ч.: | Продвижение медиаконтента | | Творческая работа по созданию информационной кампании |
| 10.1 | 2 | Продвижение медиаконтента (теория) | Аудитория | |
| 10.2 | 4 | Продвижение медиаконтента (практика) | Аудитория с рабочими местами обучающихся, оборудованные компьютерами | |
| 11. | 6 в т.ч.: | Организация детского Прессцентра на мероприятии | | Участие в прессконференции и с гостем |
| 11.1 | 2 | Организация детского прессцентра на мероприятии (теория) | Аудитория | |

| | | | | | |
|------|----------------------|-----------|---|--|--|
| 11.2 | Воркшоп | 4 | Организация детского пресскцентра на мероприятии (практика) | Аудитория с рабочими местами обучающихся, оборудованные компьютерами | |
| 12. | | 6 в т.ч.: | Медиа показ | | Презентация итоговых учебных медиапроектов |
| 12.1 | Защита меда проектов | | Медиа показ (практика) | Аудитория | |

5. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ (ОРГАНИЗАЦИОННОПЕДАГОГИЧЕСКИЕ)

5.1. Материально-технические условия реализации программы

| Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий | Вид занятий | Оборудование, программное обеспечение |
|---|----------------------------------|--|
| Аудитория | Лекции / защита проектов | Компьютер – 1 шт., мультимедийный проектор – 1 шт., экран- 1 шт, доска- 1 шт. |
| Компьютерный класс | Практические занятия/ Воркшоп | Компьютерный класс, оборудованный современными персональными компьютерами с выходом в сеть Интернет – 15 шт. |

5.2. Учебно-методическое обеспечение программы

Литература:

1. Интернет-технологии в помощь ответственному отношению к делу в современной журналистике: Дистанционный курс / Под ред. Е. Ястребцевой – М., 2016.
2. Медиаобразование в Москве. Памятка юного москвича для ориентирования в информационном пространстве. М., 2014.
3. Мобильные приложения в современной журналистике: Дистанционный курс / Под ред. Е. Ястребцевой — М., 2016
4. Навигатор участника молодёжного пресс-центра. Сборник советов и алгоритмов по медиасопровождению событий / под общ. ред. Д.И. Мясниковой. М., 2019.

5. Научно-методические основы модели саморазвивающегося информационно-образовательного пространства. М., 2014.
6. Пособие юным журналистам и медиалидерам / Под общ. ред. Д.И. Мясниковой, С.Б. Цымбаленко. М., 2018.
7. Рекомендации для медиапедагогов по работе с «Навигатором участника молодёжного пресс-центра» / под общ. ред. Д.И. Мясниковой. М., 2019.
8. Риски интернет-коммуникации детей и молодежи: учебное пособие / под общ. ред. Н. Ю. Лесконог, И. В. Жилавской, Е. В. Бродовской. – М., 2019.
9. Цымбаленко С.Б. Медийный портрет подростка двухтысячных годов. М., 2018.
10. Юмашева Н.В. Повышение эффективности образовательной деятельности самодеятельных детско-юношеских СМИ: Из опыта работы редактора детско-юношеской газеты. – М., 2018.