

Управление образования администрации Прокопьевского ГО  
Муниципальное бюджетное общеобразовательное учреждение  
"Основная общеобразовательная школа № 29"

**Принято решением  
методического совета**  
протокол

№ \_\_\_\_ от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

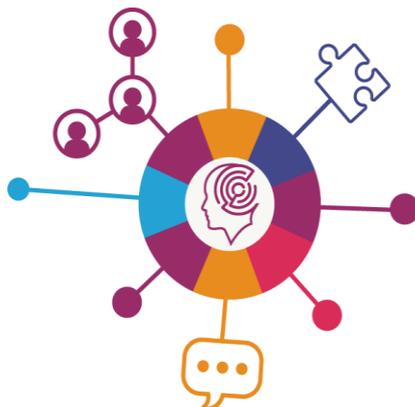
**Утверждаю**

ИО директора МБОУ «Школа №  
29»

\_\_\_\_\_  
Анохова Е.Ю.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

**Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа  
социально-гуманитарной направленности  
«МедиС»**



**СОЦИОС**

Возраст учащихся: 11-17 лет.

Срок реализации: 1 год.

**Разработчик:** Сидоркина Оксана  
Юрьевна,  
заместитель директора по ВР,  
МБОУ «Школа № 29»

**Прокопьевский ГО, 2023 г.**

## Содержание

<b>1. Комплекс основных характеристик дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «МедиС»</b>	<b>3</b>
1.1. Пояснительная записка	3
1.2. Цель и задачи программы	5
1.3. Содержание программы	6
1.3.1. Учебно-тематический план	6
1.3.2. Содержание учебно-тематического плана	7
1.4. Планируемые результаты	8
<b>2. Комплекс организационно-педагогических условий</b>	<b>9</b>
2.1. Календарный учебный график	9
2.2. Условия реализации программы	9
2.3. Формы аттестации и контроля	10
2.4. Оценочные материалы	10
2.5. Методические материалы	12
2.6. Списки литературы	13
3. Приложения	15

# РАЗДЕЛ I. КОМПЛЕКС ОСНОВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОБЩЕРАЗВИВАЮЩЕЙ ПРОГРАММЫ «МЕДИАСРЕДА»

## 1.1. Пояснительная записка

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «МедиС» имеет социально-гуманитарную направленность и реализуется в рамках модели «Социос» мероприятия по созданию новых мест в образовательных организациях различных типов для реализации дополнительных общеразвивающих программ всех направленностей регионального проекта, обеспечивающего достижение целей, показателей и результата Федерального проекта «Успех каждого ребенка» национального проекта «Образование».

Программа составлена в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду учебно-методических и программно-методических документов и регламентируется следующими **нормативно-правовыми документами:**

- Закон Российской Федерации «Об образовании» (Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ);
- Приказ Минпросвещения РФ № 629 от 27.07.2022 года «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по дополнительным общеобразовательным программам».
- Концепция развития дополнительного образования детей (Распоряжение Правительства РФ от 31 марта 2022 г. № 678-р);
- Федеральный проект «Успех каждого ребенка» (протокол заседания проектного комитета по национальному проекту «Образование» от 07 декабря 2018 г. № 3);
- Письмо Министерства образования и науки РФ от 18.11.2015 № 09-3242 «Методические рекомендации по проектированию дополнительных общеразвивающих программ (включая разноуровневые программы);
- Постановление Государственного санитарного врача РФ от 28.09.2020 г. СП 2.4.3648-20 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям воспитания и обучения, отдыха и оздоровления детей и молодежи»;
- Федеральный проект «Успех каждого ребенка» (протокол заседания проектного комитета по национальному проекту «Образование» от 07 декабря 2018 г. № 3);
- Стратегия развития воспитания в Российской Федерации на период до 2025 года, (Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 мая 2015 г. № 996-р);
- Устав и локальные акты МБОУ «Школа №29».

### **Актуальность, отличительные особенности программы:**

Мультимедийная журналистика – это представление информации с помощью различных медийных элементов: текста, фотографий, аудио, видео, графики, анимации и других производных от них форм. Использование современных технических средств позволяет не только оперативно подать эксклюзивный материал, но и «упаковать» его так, чтобы улучшить восприятие, запоминание и понимание информации.

Актуальность программы состоит в том, что она соответствует социальному заказу детей и родителей. Один из элементов образовательной и воспитательной системы школы является организация работы школьного медиаклуба, как структуры единого информационного пространства образовательной организации и средства развития творческой активности учащихся. Предполагается, что учащийся одновременно получает профессиональные навыки теоретической и практической направленностей, которые он сможет применять в своей школе, повседневной жизни и будущей профессии.

Журналистская деятельность имеет большой образовательный потенциал, дает возможность ребенку вырабатывать и свободно выражать собственное мнение. Такой род деятельности выходит за пределы задачи простой передачи сообщения, так как не

допускает использование готового опыта, не дает возможность просто транслировать полученный объем знаний, а предполагает самостоятельное воплощение идеи, замысла и своего видения проблемы, согласно своей жизненной позиции. Словесное творчество, характерное для журналистской деятельности, затрагивает глубину мышления, тонкость чувств, видение мира. Обучение журналистике определяет не только знания, но и характер ребенка. Воспитательный потенциал журналистики проявляется в формировании определенных умений, нравственных убеждений, коммуникативного опыта, жизненной активности.

Программа позволяет ребёнку освоить компьютерные программы, которые расширят возможности обучающихся при представлении видеороликов широкой публике. Снимая фильмы, дети открывают для себя новый мир, получают информацию о людях и жизни нашего населенного пункта, становятся активными, коммуникабельными, общительными. Настоящая программа даёт возможность ребёнку научиться не только фотографировать, снимать видеofilмы, монтировать и озвучивать их, но и самостоятельно определять проблему его работы, тему фильма, видеть прекрасное и уметь показывать его окружающим.

**Адресат программы** – обучающиеся 11-16 летнего возраста. Объединение могут посещать мальчики и девочки, проявляющие интерес к журналистике.

Количество обучающихся в группе – 15

**Срок освоения программы** – 1год.

**Объем программы** – 102 часа.

**Режим занятий** – занятия проводятся 3 раза в неделю по 1 часу. Продолжительность занятий- 45 минут, перерыв между занятиями 10 минут.

**Практическая значимость** программы определяется возможностью использования данной программы для обучения детской журналистике в системе дополнительного образования детей практико-ориентированным подходом.

#### **Отличительные особенности программы**

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «МедиС» является модифицированной. В процессе разработки программы учтены мотивация и интересы учащихся, пожелания родителей как социальных заказчиков, возможности социального взаимодействия и партнёрства с культурными и образовательными центрами города и области. Программа **адресована** детям 11-16 лет. Группы до 15 человек. Группы формируются из разновозрастного состава. Набор детей – свободный (без входного тестирования, без предъявления требований к знаниям и умениям детей).

**Основной формой обучения** является учебное занятие.

Учебные занятия включают *теоретический блок* подачи учебного материала и *практический блок самостоятельной деятельности учащихся*.

**Теоретический блок** включает информационно-просветительский материал к разделам и темам программы.

Среди *методов обучения* данного блока преобладают:

- устное изложения материала (рассказ с ПК-презентацией и др.),
- беседа, интервью,
- показ (демонстрация, экскурсия, наблюдение, презентация и др.),
- упражнения (устные, письменные, тестовые),
- творческие задания,
- элементы проблемного и опережающего обучения и самостоятельной исследовательской работы учащихся,
- выходы на мероприятия с целью их освещения и интервью,
- экскурсии в редакции различных видов СМИ,
- встречи и мастер-классы со специалистами,
- самоподготовка.

Занятия в рамках программы «МедиС» могут проводиться всей группой, мини-группами и индивидуально:

- *массовые* (проведение коллективных творческих дел, праздников, организация лагерей, оздоровительных мероприятий и др.);
- *групповые* (экскурсии, походы, мастер-классы, семинары и др.);
- *мини-групповые* (организация специализированных занятий для отработки определённых навыков и подготовки к конкурсам);
- *индивидуальные* (проектирование, разработка, обсуждение с педагогом и выполнение индивидуальных творческих проектов, работ, исследований для участия в конкурсах и др.).

Занятия в рамках реализации программы построены с соблюдением оптимального чередования заданий по теории и практике, с переключением с одного вида деятельности на другой, что способствует сохранению и укреплению здоровья учащихся. Обязательными являются упражнения на релаксацию для глаз и динамические паузы, коммуникативные тренинги.

Данная программа объединяет и включает в себя *многообразие методов и приёмов*, и на практике они могут быть реализованы в комплексе:

- исследовательские методы (творческие проекты, мини-исследования, текстовые сообщения, мини-презентации, экскурсии и др.);
- игровые методы (игры, викторины, соревнования, конкурсы и др.);
- объяснительно-иллюстративные, диалоговые и словесные методы;
- методы проблемного и опережающего обучения, проектная деятельность;
- здоровьесберегающие технологии (чередование видов деятельности, регулирование соотношения теоретического и практического материалов, минуты релаксации, физминутки и др.).

В процессе реализации программы соблюдаются *педагогические принципы*: преемственности, последовательности и систематичности обучения, принцип единства группового и индивидуального обучения, принцип соответствия обучения возрастным и индивидуальным особенностям учащихся, принцип сознательности и творческой активности учащихся, принцип доступности обучения, принцип наглядности.

В программе предусмотрена *форма аттестации/контроля* занятий.

## 1.2 . Цели и задачи программы

**Цель программы** – формирование знаний основ журналистики у учащихся, развитие их коммуникативных компетенций, в том числе в соцсетях, создание условий для развития творческих и интеллектуальных способностей личности .

Для достижения цели необходимо решать ряд **задач**:

### **Задачи:**

#### **Обучающие:**

- научить создавать социально значимую информационную продукцию в различных форматах: текст, фото, графика, видео, аудио;
- выработать навыки ориентирования в современном информационном и культурно-образовательном пространстве;
- привить начальные навыки анализа печатных и электронных СМИ;
- содействовать развитию логического мышления и памяти;

#### **Развивающие:**

- развивать умение анализировать, обобщать, систематизировать и классифицировать;
- содействовать развитию внимания, речи, коммуникативных способностей;

- развивать умение принимать нестандартные решения в процессе поиска интересной темы.

**Воспитательные:**

- способствовать формированию адекватной самооценки и оценки окружающих;  
- способствовать формированию чувства ответственности как необходимого качества для успешной работы в команде.

### 1.3. Содержание программы

Содержание программы представлено учебно-тематическим планом, имеет разделы и темы в каждом разделе, которые могут меняться в рамках модернизации программы, в зависимости от условий, контингента учащихся, мотивов и интересов учащихся, социального заказа, природных условий, материально-технических ресурсов.

#### 1.3.1. Учебно-тематический план к дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программе «МедиС»

№	Название разделов, тем	Количество часов			Форма аттестации/ контроля
		Всего	в том числе		
			теория	практика	
<b>1.</b>	<b>Введение в журналистику</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	
1.1.	Вводное занятие. История журналистики. Входной контроль.	1	1		Тест
1.2.	Основы радио.	2	1	1	
1.3.	Печатные издания.	3	1	2	
1.4.	Тележурналистика	3	1	2	
<b>2.</b>	<b>Техника речи. Актерское мастерство</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	
2.1.	Культура речи. Ораторское искусство.	3	1	2	
2.2.	Постановка голоса.	3	1	2	
2.3.	Дикция.	3	1	2	
2.4.	Сценическое внимание	3	1	2	
2.5.	Упражнения на актерское мастерство	3	1	2	
2.6	Проект. Актерское мастерство	2	1	1	Творческая работа
<b>3.</b>	<b>Интервью</b>	<b>15</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	
3.1.	Виды интервью	5	1	4	
3.2.	Структура интервью	5	1	4	
3.3.	Стендап.	3	1	2	
3.4.	Проект. Интервью.	2		2	Творческая работа
<b>4.</b>	<b>Новости</b>	<b>19</b>	<b>4</b>	<b>15</b>	
4.1.	Телевизионный репортаж.	5	1	4	
4.2.	Стиль и отбор новостей.	5	1	4	
4.3.	Ведение в кадре.	4	1	3	
4.4.	Телевизионный мейкап.	3	1	2	
4.5	Проект. Новости	2		2	Творческая работа
<b>5.</b>	<b>Операторское мастерство</b>	<b>24</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	
5.1.	Ракурс.	4	1	3	

5.2.	План.	4	1	3	
5.3.	Работа с камерой.	6	1	5	
5.4.	Композиция, свет, цвет.	3	1	2	
5.5.	Репортажная и портретная фотография.	5	1	4	
5.6	Проект. Операторское мастерство.	2		2	
<b>6.</b>	<b>Монтаж и обработка</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	
6.1.	Основы видеомонтажа.	4	1	1	
6.2.	Монтаж сюжета.	4	1	1	
6.3.	Монтаж новостей.	4	1	1	
6.4.	Обработка фотографий.	4	1	1	
6.5.	Итоговая аттестация. Демонстрация видеоролика с проектами «Интервью», «Новости», «Операторское мастерство».	3		3	Итоговая творческая работа
<b>7.</b>	<b>СММ: продвижение в социальных сетях</b>	<b>3</b>		<b>3</b>	
	<b>ИТОГО</b>	<b>102</b>	<b>26</b>	<b>76</b>	

### 1.3.2. Содержание учебного-тематического плана

#### Раздел 1. Введение в тележурналистику (9 часов)

Техника безопасности. Сообщение необходимой информации о технике безопасности в помещении до и во время проведения занятий.

Теория: что такое тележурналистика, профессии тележурналистов, радио, газеты, журналы, правила работы с ними.

Практика: работа с программами MuvieMaker, Publisher.

#### Раздел 2. Техника речи. Актерское мастерство (17 час)

Теория: Культура речи. Виды публичных выступлений. Голос. Речь. Дикция.

Практика: Упражнения на развитие речи, актерское мастерство.

#### Раздел 3. Интервью (15 час)

Теория: структура и виды интервью, стендап.

Практика: поиск героя, создание интервью.

Промежуточная аттестация: творческая работа.

#### Раздел 4. Новости (19 час)

Теория: Стиль и отбор новостей, ведение новостей, телевизионный репортаж.

Практика: Монтаж видеонОВОСТЕЙ. Телевизионный мейкап.

#### Раздел 5. Операторское мастерство (24 часа)

Теория: Ракурсы. Планы. Виды видеороликов. Структура видео. Фотомастерство.

Практика: Идея и сценарий видеофильма. Монтаж видео.

#### Раздел 6. Монтаж и обработка (15 часов)

Теория: изучение основ видеомонтажа и обработки фотографий.

Практика: работа с программами MuvieMaker, Publisher. Монтаж видео. Обработка фотографии.

Итоговая аттестация: творческая работа

## Раздел 7. СММ: продвижение в социальных сетях (3 часа)

### 1.4. Планируемые результаты

Результаты реализации *дополнительной общеобразовательной общеразвивающей программы «МедиС»* отслеживаются по основным компетенциям учащихся, их знаниям, умениям и навыкам.

Результатами реализации *программы «МедиС»* в соответствии с поставленными воспитательными и образовательными задачами является:

*Личностные:*

- развитие познавательной активности к журналистике;
- развитие ценностной ориентации учащихся;
- развитие навыков работы в команде;
- воспитание культуры межличностных взаимоотношений.

*Метапредметные:*

- вовлечение учащихся в общественную жизнь школы;
- развитие навыков поиска необходимой информации для выполнения творческих заданий;
- развитие навыков публичного выступления – презентации.

*Предметные:*

- базовые навыки интервьюирования;
- навыки сбора и проверки информации;
- навык фотосъемки с последующей обработкой материала;
- базовые навыки видеосъемки с последующим видеомонтажом;
- базовые навыки звукозаписи, обработка звукозаписей и аудиомонтажа;
- практические навыки работы в программах: MuvieMaker, Publisher, Adobe Photoshop

***По итогам освоения программы учащиеся будут знать:***

- основы журналистики;
- иметь представления о профессиональной сфере журналистов;
- принципы редактирования текстов.

***Будут уметь:***

- вести интервью;
- ориентироваться в многообразии актуальной тематики журналистики;
- работать с информацией.

***Будут владеть:***

- жанрами журналистики;
- навыками свободного общения «в живую» и в соцсетях;
- информационно-коммуникационными технологиями.

**РАЗДЕЛ II.**  
**КОМПЛЕКС ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИХ УСЛОВИЙ**

**2.1. Календарный учебный график**

Количество учебных недель-34

Количество учебных дней-170 дней

Продолжительность каникул-50 дней

**2.2. Условия реализации программы**

**1. Материально-техническое обеспечение:** обеспеченность разработки и реализации программы развития необходимыми финансовыми средствами, оборудованием и материалами за счёт средств учреждения, спонсорских средств.

*Например: наполняемость группы (инфраструктурные места) – 15 человек, количество групп – 6. Таким образом, на данном оборудовании должно заниматься 90 учащихся.*

№ п\п	Наименование оборудования	Количество единиц	
1.	Ноутбук	2	
2.	Станция записи и монтажа	1	
3.	МФУ	1	
4.	Фотоаппарат	1	
5.	Звуковые колонки	1	
6.	Флеш накопитель	2	
7.	Штатив	1	
8.	Диктофон	1	
9.	Микрофон	1	
10.	Стол ученический	1	

**Материально-техническое обеспечение, приобретенное в рамках федерального проекта «Успех каждого ребенка» национального проекта «Образование»**

№ п\п	Наименование оборудования	Количество единиц	
1.	Ноутбук	2	
2.	Станция записи и монтажа	1	
3.	МФУ	1	
4.	Фотоаппарат	1	
5.	Звуковые колонки	1	
6.	Флеш накопитель	2	
7.	Штатив	1	
8.	Диктофон	1	
9.	Микрофон	1	
10.	Стол ученический	1	

**2. Информационное обеспечение:** сопровождение на сайте ОО, в ВКонтакте, в мессенджерах.

**перечень программного обеспечения (использовать только разрешенное программное обеспечение)**

№ п/п	Перечень программного обеспечения	Условия использования (лицензионное/бесплатное скачивание)	
1.	Windows. 10	предустановленное	
2.	Антивирусник	лицензионное	
3.	MuvieMaker	бесплатное	
4.	Publisher	бесплатное	
5.	Adobe Photoshop	бесплатное	

**3. Кадровое обеспечение:** программа предъявляет определённые **требования к педагогу**, который будет её реализовывать: педагогическое образование или профессиональная педагогическая переподготовка, опыт работы с подростками, знание их возрастных особенностей, умение работать с современными гаджетами, навыки редактуры и корректуры текстов, возможно, опыт работы в журналистике.

Поскольку программа может быть реализована в удалённом режиме обучения, к ней приложен блок дистанционного обучения, отражённый в календарном учебном графике и УМК.

### 2.3. Формы аттестации / контроля

- Входной контроль – тестовая работа (Приложение 1); входной контроль позволяет выявить у детей начальные знания о журналистике в целом.
- Промежуточная аттестация – творческая работа. (Приложение 2)
- Итоговая аттестация – творческая работа. (Приложение 3)

### 2.4. Оценочные материалы

#### Диагностические материалы

Диагностика освоения программы предусматривает постоянный текущий контроль в форме наблюдений и фиксации коллективной и индивидуальной работы ребенка (публикации, участие в конкурсах и творческие задания). Корректировка программы происходит на основе анализа потребностей учащихся и показателей диагностики – результативности изучения тем и результативности творческой работы (индивидуальных заданий и участия в конкурсах).

*Диагностика результативности*

Оцениваемые параметры	Критерии	Степень выраженности оцениваемого параметра (критерии оценки)
<b>Теоретические знания, предусмотренные программой</b>	Соответствие теоретических знаний программным требованиям (ожидаемым результатам), осмысленность и правильность использования специальной терминологией	<p><u>1 уровень (1 балл)</u> – ребенок овладел менее чем ½ объема знаний, предусмотренных программой;</p> <p><u>2 уровень (2 балла)</u> – объем усвоенных знаний составляет более, чем ½;</p> <p><u>3 уровень (3 балла)</u> – ребенок освоил практически весь объем знаний, предусмотренных программой за конкретный период.</p>
<b>Практические умения, предусмотренные программой</b>	Соответствие практических умений программным требованиям (ожидаемым результатам)	<p><u>1 уровень (1 балл)</u> – ребенок овладел менее чем ½ предусмотренных умений;</p> <p><u>2 уровень (2 балла)</u> – объем усвоенных умений составляет более, чем ½;</p> <p><u>3 уровень (3 балла)</u> – ребенок овладел практически всеми умениями, предусмотренными программой за конкретный период.</p>
<b>Творческие навыки</b>	Креативность в выполнении заданий (уровень творчества при создании журналистской продукции)	<p><u>1 уровень</u> (начальный, элементарный уровень развития креативности) – ребенок в состоянии выполнить лишь простейшие практические задания педагога (1 балл);</p> <p><u>2 уровень</u> (репродуктивный уровень) – в основном выполняет задания на основе образца, по аналогии (2 балла);</p> <p><u>3 уровень</u> (творческий уровень) – выполняет творческие практические задания с большой выраженностью творчества (3 балла)</p>
<b>Творческая</b>	Подготовка материалов и	<u>1 уровень (1 балл)</u> - материал не

<b>активность</b>	публикация в СМИ, информационных ресурсах учреждения (сайт, газета, соцсети)	подготовлен к публикации, ребенок не демонстрирует потребность в данной деятельности; <u>2 уровень (2 балла)</u> - материал опубликован
<b>Творческие достижения</b>	Результативность участия в мероприятиях разного уровня	<u>Не участвовал (0 баллов);</u> <u>Участник (2 балла);</u> <u>Победитель (дипломант, лауреат) (4 балла)</u>

### Рейтинг результативности

Фамилия, имя	Диагностика результативности					Средний балл
	Теоретические знания	Практические умения	Творческие навыки	Творческая активность	Достижения	

Каждый член объединения набирает определенную сумму баллов за различные виды работы.

Пакет диагностических методик частично представлен в приложениях и УМК к программе. В качестве инструментария используются:

- портфолио результатов;
- тестирование;
- контрольные срезы (зачёты);
- опросы, беседы, анкеты;
- игровые технологии (викторины, игры, рисуночные тесты, тренинги);
- конкурсное движение;
- творческие папки,
- фотолетописи, презентации.

### 2.5. Методические материалы

- *формы организации образовательного процесса:* коллективная, групповая, индивидуальная;

*формы организации учебного занятия:* открытое занятие, практическое занятие, творческая мастерская.

- *методы обучения:* словесный, наглядный, практический, объяснительно-иллюстративный, игровой;

- *воспитания:* убеждение, поощрение, стимулирование, мотивация.

- *педагогические технологии:* здоровьесберегающие технологии, технология работы в сотрудничестве, технология коллективного взаимообучения, технология игровой деятельности.

- *алгоритм учебного занятия:* мотивационный, основной, заключительный.

- *дидактические материалы:* аудиодиск «Учебные материалы по журналистике»

## 2.6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Демичева, К. А. Понятие и классификация социальных сетей в контексте взаимодействия в сети интернет / К. А. Демичева. // International scientific review. — 2015. — № 3 (4). — С. 79-82.
2. Дужникова, А. С. Социальные сети: современные тенденции и типы пользования / А. С. Дужникова. // Мониторинг общественного мнения. — 2010. — № 5 (99). — С. 238– 251.
3. Жилавская И.В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема // Вестник Волжского университета имени В.Н. Татищева. 2016. № 3 (21). Т. 1. С. 141-147
4. Жилавская И.В. Медиаобразование молодежной аудитории. Томск: ТИИТ, 2009. 322 с.
5. Исаншина, Т. Н. Социальные сети — перспективный инструмент управления имиджем фирмы / Т. Н. Исаншина. // Лингвокультурология. — 2012. — № 6. — С. 38-45
6. Киршина Е.А., Залещук В.Г. РОЛЬ МОЛОДЕЖНЫХ СМИ В ФОРМИРОВАНИИ МИРОВОЗРЕНИЯ МОЛОДОГО ЧЕЛОВЕКА // СГН. 2020. №1 (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-molodezhnyh-smi-v-formirovanii-mirovoznreniya-molodogo-cheloveka> (дата обращения: 08.08.2023).
7. Колесникова Елена Александровна Интерактивность как глобальный признак молодежных масс-медиа // Вестник ТГУ. 2009. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/interaktivnost-kak-globalnyy-priznak-molodezhnyh-mass-media> (дата обращения: 08.08.2023).
8. Курноссова, Е. Социальные сети в цифрах / Е. Курноссова. — Текст : электронный // mediascope : [сайт]. — URL: [https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019\\_Mediascope\\_%D0%95%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9A%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0\\_%D0%A0%D0%98%D0%A4+%D0%9A%D0%98%D0%91%202019.pdf](https://mediascope.net/upload/iblock/f97/18.04.2019_Mediascope_%D0%95%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B0%20%D0%9A%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0_%D0%A0%D0%98%D0%A4+%D0%9A%D0%98%D0%91%202019.pdf) (дата обращения: 15.06.2023).
9. Морозова Анна Анатольевна, Соколовских Алёна Станиславовна МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЕ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИЕЙ КОНТЕНТА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ // Челябинский гуманитарий. 2019. №3 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediapotreblenie-molodezhnoy-auditoriey-kontenta-sotsialnyh-setey-sotsiologicheskiiy-portret-polzovatelya> (дата обращения: 08.08.2023).
10. Новоскольцева Юлия Юрьевна, Качанова Елена Анатольевна РАЗВИТИЕ ВНУТРИВУЗОВСКИХ СМИ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЕКТ СОЦИАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ // Муниципалитет: экономика и управление. 2022. №2 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-vnutrivuzovskih-smi-kak-innovatsionnyy-proekt-sotsializatsii-sovremennoy-molodezhi> (дата обращения: 08.08.2023).
11. Огнева, А. С. Социальные сети: понятие, виды, технологические возможности продвижения / А. С. Огнева. // Молодой ученый. — 2021. — № 9.
12. Радиожурналистика: учебник / под ред. А.А. Шереля. - М.: Изд-во Моск. ун-та: Наука, 2005.
13. Руденкин Дмитрий Васильевич ВИДЕОБЛОГИ КАК АЛЬТЕРНАТИВА СМИ ДЛЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ: ПРОВЕРКА ГИПОТЕЗЫ // Бюллетень науки и практики. 2020. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/videoblogi-kak-alternativa-smi-dlya-rossiyskoy-molodezhnoy-auditorii-proverka-gipotezy> (дата обращения: 08.08.2023).
14. Тертычный А.А. Жанры периодической печати. М.: Аспект Пресс, 2000.
15. Усиченко Е.Д. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРЕЗЕНТАЦИИ МОЛОДЕЖНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ // Форум молодых ученых. 2018. №7 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-instrument-organizatsii-i-prezentatsii-molodezhnyh-meropriyatii> (дата обращения: 08.08.2023).

Список литературы для педагогов

1. Аверкин В.Н. Путёвка в жизнь: Образование, профессия, карьера [Текст]: учебно-справочное пособие /В.Н. Аверкин, О.М. Зайченко. – М.: Просвещение, 2005. – 112 с.
2. Гиппенрейтер Ю.Б. Общаться с ребёнком. Как? [Текст] / Ю.Б. Гиппенрейтер. - 3-е изд. Москва: ЧеРо, 2001. – 240 с.
3. Дональдсон М. К. Дональдсон Мими Умение вести переговоры для «чайников [Текст] / М. К. Дональдсон, М. Дональдсон. – Москва: Вильямс, 2004. – 224 с.
4. Королёва З. Психологические тесты для всех [Текст]/ З. Королёва. – Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2002, - 336 с.
5. Павлова Л.Г. Спор. Дискуссия. Полемика [Текст]: книга для учащихся старших классов сред. Школ /Л.Г. Павлова. – Москва: Просвещение, 1991. – 127 с.
6. Пиз А. Язык жестов[Текст]/А.Пиз. – Воронеж: МОДЭК, 1992. – 218 с.
7. Родионов В.А. Я и другие. [Текст]: тренинг социальных навыков. /В.А Родионов. – Ярославль: Академия развития: Академия Холдинг, 2003. – 224 с.
8. Субботина Н.Н. Детская газета в ОУ [Текст]/ Н.Н. Субботина. – Ярославль, 2003.
9. Уралова Л. Твоя стенгазета [Текст]/ Л. Уралова. – Москва: Молодая гвардия, 1976.
10. Учёнова В. Беседы о журналистике [Текст]/ В.Учёнова. – Москва: Молодая гвардия, 1985.
11. Фомичёва С.Л. Школьная газета. Проблемы школьного воспитания [Текст]/ С.Л. Фомичёва. - 1999– с. 71 – 81.

#### **Список литературы для детей**

1. Дональдсон М. К. Дональдсон Мими Умение вести переговоры для «чайников [Текст] / М. К. Дональдсон, М. Дональдсон. – Москва: Вильямс, 2004. – 224 с.
2. Королёва З. Психологические тесты для всех [Текст]/ З. Королёва. – Москва: ФАИР-ПРЕСС, 2002, - 336 с.
3. Осипов В. Единый язык человечества [Текст]/ В. Осипов. – Москва: Издательство Пилигрим - Пресс, 2003.
4. Пиз А. Язык жестов[Текст]/А.Пиз. – Воронеж: МОДЭК, 1992. – 218 с.
5. Стивенсон В. Вначале было слово. Иллюстрированная история европейских языков [Текст]/ Стивенсон В. – Москва: Мир книги, 2002.

#### **Список литературы для родителей**

1. Гиппенрейтер Ю.Б. Общаться с ребёнком. Как? [Текст]/ Ю.Б. Гиппенрейтер. – Москва: ЧеРо, 2001. – 240 с.
2. Леви В.Л. Искусство быть собой [Текст]/ В.Л. Леви. – Москва: Знание - 1991 с.– 256
3. Леви В.Л. Вагон удачи [Текст]/ В.Л. Леви. – Москва: Метафора, 2003. – с.192.
4. Родионов В.А. Я и другие [Текст]: тренинг социальных навыков/ В.А. Родионов. – Ярославль: Академия развития: Академия Холдинг, 2003. – с. 224. –

#### Входной тест по журналистике

1. Слово «журналистика» заимствовано из
  - а. английского языка
  - б. немецкого языка
  - в. французского языка
  - г. итальянского языкаОтвет: в
2. Анкетирование как способ получения информации используется в жанре
  - а. репортажа
  - б. рецензии
  - в. обзора
  - г. отчетаОтвет: а
3. Основным «инструментом» журналиста – это ...
  - а. текст
  - б. изображение
  - в. звук
  - г. словоОтвет: г
4. Эффект присутствия, достоверности, сопереживания характерен для
  - а. репортажа
  - б. фельетона
  - в. отчета
  - г. корреспонденцииОтвет: а
5. Слово «газета» — это заимствование из
  - а. итальянского языка
  - б. английского языка
  - в. французского языка
  - г. немецкого языкаОтвет: а
6. Главная цель журналистского труда состоит в
  - а. сборе информации
  - б. ее обработке
  - в. создании журналистского текста
  - г. передаче информацииОтвет: 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. комментарийОтвет: 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%

Сводная таблица учета результатов аттестации

№	ФИ ребенка	Номер критерия					Общая сумма баллов	Уровень освоения программы
		1	2	3	4	5		
1								
2								
3								
4								

Максимальное количество баллов за работу – 25.

**Высокий уровень – 20-25 баллов**

**Средний уровень – 10-19 баллов**

**Низкий уровень – 1- 9 баллов**

## Критерии оценивания видеороликов

Критерий	Описание
Технический уровень	- ролик идет не менее 3 и не более 3,5 минут; -используются продвинутое возможности программы создания видеороликов, кадры меняются четко (достаточно времени прочитать субтитры (при наличии) или рассмотреть картинку); - операторское мастерство (качество съемки, качество звука); -синхронизация музыки и изображения; -видеопереходы.
Языковой уровень: содержание	Полнота раскрытия темы. Языковое оформление ролика и видеоряд в полном объеме раскрывает идею авторов. Высказывания и кадры синхронны, логичны и последовательны.
Языковой уровень: организация	Наличие вступления: название темы видео и номера группы (факультета и профиля по желанию). Наличие заключения. Логичность изложения информации.
Языковой уровень: оформление	Используется разнообразная лексика. Грамматические ошибки отсутствуют. Живая речь ценится выше, чем титры.
Художественный уровень и оригинальность	- оригинальность сценария (оригинальность идеи и содержания работы, творческая новизна); - режиссура; -подбор музыки; - изображение четкое, контрастность используется правильно, кадры подобраны соответственно теме; - порядок представления информации логичен и служит достижению определенного художественного эффекта.

Критерий проявляется:

- в полной мере – 3 балла
- частично – 2 балла
- слабо проявляется, не проявляется – 0-1 балл

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

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

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

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

**ЖУРНАЛ** – это периодическое издание, содержащее многообразную информацию социального характера. Школьные журналы бывают еженедельные и ежемесячные, а также выходящие раз в два месяца или реже; различные по тематике (о технике, про рукоделие, о моде, о животных и т.д.); по характеру подачи информации: развлекательные, образовательные. Чаще всего школьные журналы посвящены жизни школы и рассказывают о достижениях учеников, интересных мероприятиях и событиях, имеющих особую значимость для жизни школы. Здесь можно публиковать аналитические, публицистические материалы, стихи, рисунки, кроссворды. Разнообразие в этом случае красит. Существуют радио- и теле-журналы.

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

**ИНТЕРВЬЮ**. Основная форма данного жанра – диалог, который применяется для передачи актуальной социально значимой информации. Собеседниками журналиста

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

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

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

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

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

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

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

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

**МЕДИАЦЕНТР** — это информационный центр образовательной деятельности школы, обеспечивающий свободный доступ к различным видам информационных ресурсов. Медиацентр — это площадка, которая объединяет молодых людей в желании заниматься творчеством, проявлять таланты, а также демонстрировать свою точку зрения на события и делиться ею с окружающими. Как делать контент, вести себя в социальных сетях, писать тексты, снимать видео и фото, монтировать ролики и звук, держаться в кадре, работать с микрофоном — этому и многому другому студенты учатся на практике, осваивая азы журналистики в медиацентрах. Там же они развивают такие социальные навыки, как умение принимать решения, брать ответственность, работать в коллективе, договариваться друг с другом и даже руководить. «Если мы говорим о полноценном медиацентре, это место, которое, с одной стороны, является точкой для практики

студентов, а с другой — местом их социализации», — отметил Сергей Косенчук, заместитель исполнительного директора Международной ассоциации студенческого телевидения (МАСТ), которая поддерживает развитие вузовских медиацентров. Медиацентр — это профессиональная площадка для проведения событий, взаимодействия с медиа и создания информационных продуктов. Медиацентр специализируется на темах социальной активности, деятельности некоммерческих организаций, корпоративной социальной ответственности, гражданских инициатив, благотворительности и волонтерства.

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

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

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

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

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

**ПОСТ** — публикация или новость в интернете, в блоге. **Репост** — перепечатка (распространение) поста в интернете. **Автопостинг** — автоматическая трансляция публикаций на сайты, в блоги, микроблоги, социальные сети и т. д. **Виды постов в социальных сетях:** информационные; развлекательные; инфографика; рекламные (продуктовые) и др. Структура поста: Коротко опишите мероприятие. Поделитесь эмоциями и результатами, к которым пришли ваши гости. Как изменилась их жизнь после ивента, какие возможности вы им открыли и что ждет их дальше. Не забудьте в конце поста пригласить читателя прийти на ваши следующие мероприятия.

**ПОСТ-РЕЛИЗ** — это один из рабочих PR-терминов, означающих информационный материал, публикуемый в средствах массовой информации по следам проведенных мероприятий. Пост-релиз — это краткое информационное сообщение для прессы. В отличие от статьи, пост-релиз — это короткая заметка, которая требует гораздо меньше времени и сил на её написание. Особенность пост-релиза в отличие от прямой рекламы и тематической статьи состоит в том, что это краткое сообщение, содержащее в

себе ту или иную новость. Конечная цель деятельности по рассылке пост-релизов состоит в том, чтобы формировать и поддерживать определенный имидж ведомства (организации, учреждения и т.д.) в глазах общественности. Пост-релиз пишется о каком-либо событии, как правило, связанным с определенным временным периодом, именно поэтому писать его следует как можно скорее, пока само событие еще не потеряло актуальность. Лучше всего, если он будет написан и отправлен в этот же или через день – два после мероприятия. Каждый пост-релиз должен содержать следующие элементы: заголовок, вводный абзац (резюме), основная часть, контакты ответственного лица. Традиционно текст пост-релиза строится по принципу перевернутой пирамиды: самая основная информация дается в начале материала. *Очень важно насытить деталями свой материал. Простое оповещение аудитории о том или ином мероприятии вряд ли будет кому-то интересно.* Не стоит стараться рассказать обо всем: идеальный пост-релиз занимает страничку, максимум – две. Когда мы называем человека в пост-релизе, то полностью пишем его должность, фамилию имя и отчество. Все аббревиатуры в тексте должны быть расшифрованы. Все названия образовательных учреждений нужно писать полностью. Вместе с пост-релизом стоит прислать 3-4 фотографии с мероприятия.

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

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

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

**РЕПОРТАЖ** – один из самых популярных и распространенных жанров в современной журналистике. Данный жанр призван сократить дистанцию между автором и целевой аудиторией. Тематика репортажей может быть разнообразной, авторы преодолевают как географические, так и социальные границы. Журналисты, пишущие в данном жанре, должны использовать такой метод сбора информации, как включенное наблюдение, становясь при этом непосредственным участником событий. Репортажу присущи такие качества: оперативность, динамичность повествования, наглядность, авторское «я» в тексте. Исследователи репортажа представляют различные классификации жанра. Например, по коммуникативной направленности выделяются аналитический и информационный, по методу изображения объекта или предмета – тематический, событийный, постановочный и проблемный, по техническим характеристикам – прямой и фиксированный и т.д. Репортаж существует сегодня во всех видах журналисткой деятельности: на телевидении и радио, в печатных СМИ и в Интернете.

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

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

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

границы СМИ, что приводит к возникновению новых форм подачи информации, в том числе мультимедийных.

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

**ФОТОКОРРЕСПОНДЕНТ** занимается подготовкой фотографий к журналистским материалам печатных и электронных изданий школьного (детского) пресс-центра. В детском пресс-центре необходимо создавать пары «Корреспондент-фотокорреспондент» для ускорения работы на репортажах.

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

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

## Правила подготовки и ведения интервью

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

Существует ряд правил по организации, подготовке и проведению интервью:

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

сразу же. Несколько вопросов о самочувствии, семье и делах собеседника помогут вам установить доверительную атмосферу и самому подготовиться к работе.

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

Нельзя давить на собеседника или шантажировать его.

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

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

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

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

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

Нельзя отвечать на провокации или угрозы точно также.

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

6. **Интервью может быть оформлено** в виде интервью – то есть напечатано в форме вопросов и ответов, может быть переработано в портретный очерк, на основе интервью можно сделать фоторепортаж или статью. В любом случае вы должны указать на вашего собеседника как на главный источник информации.