

Муниципальное казённое общеобразовательное учреждение  
«Средняя общеобразовательная школа №1 имени Назира Титиевича Канукоева» с.п.Лечинкай  
Центр цифрового и гуманитарного профилей «Точка роста»

Принято  
решением педагогического совета  
протокол № 9 от 28.06 2021г.

Утверждаю  
Директор МКОУ «СОШ №1  
им.Н.Т.Канукоева» с.п.Лечинкай  
М.Б.Канукоева  
Пр. № Д/28.06 2021г.



Дополнительная общеобразовательная  
общеразвивающая программа  
**«Медиаclub»**  
Возраст учащихся 11-16 лет  
Срок реализации 1 год

Составитель:  
Хагажеева Сюзанна С.  
педагог дополнительного образования

2021-2022 уч.год

## Пояснительная записка

Медиаобразование в данном курсе рассматривается как система использования средств массовой коммуникации и информации (печати, радио, кино, телевидения, видео, компьютерной техники, фотографии) в развитии индивидуальности школьника. Сама система развития в отличие от традиционных учебных предметов, накапливающих знания, предполагает в первую очередь практику художественно-творческой деятельности, моделирующую процесс эмоционально-интеллектуального развития школьника, его возможностей:

- в процессе восприятия различных видов информации продуктивно читать медиатекст, устанавливая ассоциативные и семантические связи между перцептивными единицами;
- передавать свои впечатления от воспринятого в словесной или невербальной форме (дневниковые записи, заметки, рецензии, статьи, рисунки, фотографии, видеосъемка, музыкальные фразы, компьютерная схема и пр.);
- аргументировано оценивать полученную информацию, проявляя самостоятельность суждений, определенный уровень художественного вкуса, эрудиции;
- использовать средства массовой коммуникации для самореализации, передачи своего понимания окружающей действительности, искусства, своего отношения к миру.

Мироощущение современных учащихся, их нравственные убеждения зависят от каждодневного неуправляемого воспитателями воздействия массовой электронной культуры, вызывающей такие болезненные отклонения, как видеоклипизм, видеомания, видеофилия. И в то же время открывается перспектива использования благотворных образовательных возможностей в развитии интеллекта и эмоций на основе аудиовизуальной и медиакультуры: различных видов мышления, художественно-творческой деятельности, восприятия, навыков интерпретации, эстетической оценки многообразных медиатекстов.

Традиционные педагогические модели односторонне решают задачи эмоционально-интеллектуального развития школьников 5-9 классов, обращая внимание на процесс накопления знаний, на использование экранных искусств и других медиа как иллюстративного, наглядного материала для решения воспитательных задач или на развитие навыков художественно-творческой деятельности в области медиа и конкретных видов искусства.

За пределами такой педагогики остается сам ребенок в многообразии его эмоциональных, интеллектуальных, художественных, эстетических связей с миром, реальной действительностью, его потребности в избирательном отношении к знаниям, его желания заниматься эстетическим самовоспитанием и художественным развитием.

В современных условиях избыточного влияния различных медиатекстов, средств массовой информации на мышление, сознание, мироощущение школьника нужна новая педагогическая модель воспитания и развития учащихся всех возрастных групп. Содержание этой модели определяется понятием эстетической культуры как системы уровней эмоционально-интеллектуального развития школьника в области образного, ассоциативного, логического мышления, восприятия художественной и объективной реальности, умений интерпретировать перцептивные результаты, аргументировано оценивать различные виды информации, поступающие по медиаканалам, потребности в художественно-творческой деятельности на материале традиционных искусств и различных средств массовой информации (кино, ТВ, видео, печати, радио, компьютерной и мультимедийной технологии).

**Актуальность данного курса** определяется необходимостью изучения учениками старших классов ключевых понятий медиаобразования (агентства, аудитория, категории, языки, технологии,

репрезентации медиа) как эффективного средства для развития творческой, самостоятельно и критически мыслящей личности в условиях интенсивного увеличения информационного потока.

**Новизна данной программы** состоит в том, что она даёт возможность использовать навыки, полученные во время обучения основам экранной или аудиовизуальной грамотности, включая детей в систему средств массовой коммуникации общества.

**Предмет курса** – ключевые понятия медиаобразования.

### **Цель и задачи программы**

**Цель:** Развитие интеллектуальных способностей и познавательных интересов учащихся к информационным технологиям путем реализации творческих проектов, используя современные графические программы, мультимедийные средства и технологии.

**Задачи:**

**Образовательные:**

сформировать знания и умения учащихся в области средств, технологий создания, обработки и представления мультимедиа информации;

познакомить учащихся с видами компьютерной графики и методами их использования; растровая и векторная анимация;

обучить учащихся принципам работы в графических редакторах CorelDraw, Adobe PhotoShop, Flash MX;

познакомить учащихся с программами нелинейного видеомонтажа Adobe Premiere, Pinnacle Studio, Sony Vegas.

**Развивающие:**

способствовать развитию творческих способностей учащихся через создание проектов с использованием растровой и векторной графики, анимации и нелинейного видеомонтажа; способствовать развитию композиционного мышления, художественного вкуса, графического видения, образного мышления, восприятию окружающего мира.

**Воспитывающие:**

обеспечить возможность эстетического воспитания средствами компьютерной графики как фактора современной эстетической среды;

обеспечить возможность воспитания информационной культуры учащихся, внимательности, аккуратности, дисциплинированности, усидчивости;

обеспечить возможность повышения компетентности учащихся в вопросах использования мультимедиа технологий и создания собственных мультимедиа проектов;

обеспечить возможность формирования навыков совместной деятельности и работы в команде.

**Программа построена на основных принципах обучения:** доступность; наглядность; индивидуальность; результативность.

Настоящая программа кружка рассчитана на один год. Занятия проводятся по 1 часа в неделю. Общий объем 36 часов.

Предлагаемый курс обучения адресован учащимся 5-9 классов (11-16 лет).

Количество обучающихся в учебной группе не должно превышать 15 человек. Программа направлена на удовлетворение специфических познавательных интересов, способствующих их разностороннему личностному развитию.

### **Теоретические занятия**

#### **Тема № 1. Характеристика кинопрессы**

Определение, обозначение ее роли в системе медиакультуры, а также в современном российском обществе. Типология кинопрессы: развлекательно-информационные издания, информационно-развлекательные издания, информационно-аналитические издания, информационно-аналитические, теоретические, креативные издания. Виды кинопрессы:

- 1) Интернет – издания
  - а) аналоги печатных СМИ ( [www.antennatv.ru](http://www.antennatv.ru) , [www.kulturagz.ru](http://www.kulturagz.ru) )
  - б) собственные издания (<http://kinokritic.narod.ru>, [www.kinozal.ru](http://www.kinozal.ru) , [www.kino.web.ru](http://www.kino.web.ru) );
- 2) Корпоративные издания («Ролан»);
- 3) Издания для массовой аудитории а) подростковые и молодежные («Premiere», «Фильм», «Кинопарк», «ТВ-Парк» и т.д.) б) для семейной аудитории («Антенна», «7 Дней» и т.д.);
- 4) Издания для профессиональной аудитории («СК-Новости», «Киноведческие записки», «Кинофорум», «Искусство кино» и т.д.);
- 5) Рекламные издания («Мир развлечений», «Stereo & video», «Эра DVD» и т.д.);
- 6) Просветительские издания («Культура», «Экран и сцена», «Кинопарк», «ТВ-Парк», «Фильм» и т.д.).

## **Тема № 2. Изучение ключевых понятий медиаобразования**

«Агентство» – (источник медиаинформации и людей, которые владеют, создают и распространяют медиатексты). Медиатексты создаются людьми: некоторые – индивидуальными авторами, некоторые – группами людей. Изучение агентств медиа неизбежно означает накопление информации о разделетруда в сфере производства, о профессиональной практике, иерархии в рамках системы, источниках финансирования, системах распространения и т.д. Главное в «Категории» как аспекте медиаобразования, не сводится к тому, чтобы просто обозначить по-разному тексты, а понять, как категории медиа определяют связанные с текстами ожидания и тем самым оказывают влияния на то, как их понимают.

Термин «технология» занимает важное место в методике медиаобразования, потому что любое технологическое решение сказывается на результате.

Медиатехнологии могут играть самую важную роль в определении не только значения (смысла) текста, но и того, на кого текст должен быть рассчитан. Технические возможности, ограничения и решения всегда могут выдвинуть перед нами такие вопросы, как: «Кому и какая технология доступна?», «Как она используется?», «Какое влияние оказывают данные технологии на конечный результат?» и др.

## **Тема № 3. Изучение ключевых понятий медиаобразования**

«Язык» говорит о том, что в медиатексте все имеет смысл. Это развивает знание способов, с помощью которых медиатексты выражают свою идею (смысл), а также развивают знания, которые могут прилагаться к неподвижному или подвижному образам.

При изучении термина «аудитория», затрагиваются следующие вопросы: «Каким образом аудиторию определяют, создают, как к ней обращаются и входят с ней в контакт?», «Как аудитория «потребляет» и реагирует на тексты?», «Когда и как они «получают» текст?», «Какое удовлетворение может извлечь из него аудитория?»

Термин «репрезентация» и его изучение говорит о том, что медиатексты по-разному соотносятся с действительностью. Итак, медиатексты, не являясь точной копией реального мира, создают лишь его «фантомы», мы же должны помочь аудитории (в нашем случае у старшеклассников), развить критическую оценку таких медиатекстов.

**Тема № 4. Выявление взаимосвязей шести ключевых понятий медиаобразования. Характеристика современной российской кинопрессы с точки зрения 6 ключевых понятий медиаобразования:**

- 1) агентства – концептуальная основа СМИ, его учредители;
- 2) категории – объем иллюстраций, «ведущие» жанры медиатекстов;
- 3) язык – характер иллюстраций, уровень теоретической сложности материала;
- 4) аудитория – тираж издания, характер взаимодействия с читателем;
- 5) технология – наличие/отсутствие авторов, сайта в Интернете;
- 6) репрезентация – реклама и ее место в издании, оформление обложки и т.д.

## Тематическое планирование

№ п/п	Название раздела	Количество часов	
		по программе	по КТП
<b>1</b>	<b>Введение</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	Характеристика кинопрессы	<b>11</b>	<b>11</b>
<b>3</b>	Изучение ключевых понятий медиаобразования	<b>12</b>	<b>12</b>
<b>4</b>	Выявление взаимосвязей шести ключевых понятий медиаобразования. Характеристика современной российской кинопрессы с точки зрения 6 ключевых понятий медиаобразования:	<b>12</b>	<b>12</b>

## Календарно- тематическое планирование

№ п/п	Тема занятия	Кол. часов	Дата по плану	Дата фактич.
<b>ВВЕДЕНИЕ</b>				
1.	<b>Вводное занятие.</b> Цели и задачи курса «Медиаclub».	1		
<b>ХАРАКТЕРИСТИКА КИНОПРЕССЫ</b>				
2.	Медиа и человечество: их влияние друг на друга.	1		
3.	Пресса. Определение, обозначение ее роли в системе медиакультуры, и в современном российском обществе.			
4.	Типология кинопрессы: развлекательно-информационные издания, информационно-развлекательные издания, информационно-аналитические издания, информационно-аналитические, теоретические, креативные издания.	1		
5.	Виды кинопрессы: интернет – издания, корпоративные издания, издания для массовой и профессиональной аудитории, рекламные и просветительские издания.	1		
6.	<b>Ролевая игра «Новости».</b>	1		
7.	Социальная реклама.	1		
8.	Социальная реклама.	1		
9.	<b>Практическое занятие №1.</b> Круглый стол: «Актуальные проблемы современного общества». Обзор социальной рекламы.	1		
10.	<b>Дискуссия.</b> Анализ кадров, фотографий (социальное направление).	1		
11.	<b>Ролевая игра «Кинопресса».</b>	1		
<b>ИЗУЧЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЙ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ</b>				
12.	Ключевые понятия медиаобразования.	1		
13.	Определение аудитории. Обращение и налаживание контакта с публикой.	1		
14.	<b>Практическое занятие №2.</b> Обзор видеофильмов социального характера. Дискуссия.	1		
15.	Как аудитория реагирует на тексты. Подбор актуальной информации.	1		
16.	Оратор и его аудитория. Классификация выступлений.	1		
17.	Интервью.	1		
18.	<b>Ролевая игра «Новости».</b>	1		
19.	<b>Ролевая игра «Новости».</b>	1		
20.	Деловой этикет.	1		
21.	<b>Ролевая игра «Пресс-конференция со звездами кино/теле-сериалов».</b>	1		
22.	Эвфемизация текстов в СМИ.	1		

23.	<b>Практическое занятие №3.</b> Написание статей в местную газету «Нижегорье».	1		
<b>ВЫЯВЛЕНИЕ ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ШЕСТИ КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЙ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ. ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ КИНОПРЕССЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ 6 КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЙ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ</b>				
24.	Агентства – концептуальная основа СМИ, его учредители.	1		
25.	Объем иллюстраций, «ведущие» жанры медиатекстов.	1		
26.	Аудитория. Тираж издания, характер взаимодействия с читателем.	1		
27.	Реклама и ее место в издании, оформление обложки и т.д.	1		
28.	<b>Практическое занятие №4.</b> Создание рекламы.	1		
29.	Культура речи.	1		
30.	Искусство редактирования.	1		
31.	<b>Практическое занятие №5.</b> Эвфемизмы в СМИ.	1		
32.	<b>Практическое занятие №6.</b> Написание статей для школьного сайта	2		
33.				
34.	Повторение и закрепление изученного материала.	1		
35.	Повторение и закрепление изученного материала.	1		
36.	Итоговый урок за год.	1		



### Список литературы

1. Дэвид Рэндалл. Универсальный журналист
2. Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. - М., 1993
3. Компакт-диск "Видеомонтаж" русская версия
4. Материалы сайта <http://studio-45y.narod.ru/index.html>
5. Муратов С. А. Телевизионное общение в кадре и за кадром. – М., 1999
6. Петров М.Н., Молочков В.П. Компьютерная графика: учебник для ВУЗов СПб.: Питер, 2003
7. Симаков В.Д. Когда в руках видеокамера // Искусство в школе. - 2006. - № 1. - С. 55-56
8. Симаков В.Д. Программа «Кинооператорское мастерство». - М., 2 издание 1990 г.