

Частное общеобразовательное учреждение
«РЖД лицей №21»

ПРИНЯТО
на заседании педагогического
совета РЖД лицея №21
Протокол № 7 от 24.05.2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Директор РЖД лицея №21
Н.В.Минько

Приказ № 26 от 24.05.2024 г.

Дополнительная общеобразовательная
общеразвивающая программа
«PRO школу»
Направленность: социально-гуманитарная
Возраст обучающихся: 13-18 лет
Срок реализации: 1 год

Составитель: Дивойнова Наталья Сергеевна,
заместитель директора по профориентационной работе

Комсомольск-на-Амуре
2024г.

Актуальность

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

Наиболее оптимальной формой организации деятельности является создание школьного Медиацентра, где проходит изучение всей совокупности средств массовой коммуникации и овладение разносторонними процессами социального взаимодействия. Здесь отрабатывается авторская позиция ученика, возможность её корректировки в общепринятой культурной норме, создание условий для информационно-нравственной компетенции учащихся, самоутверждения и становления личностной зрелости подростка. Школьный медиа-центр — это возможность максимального раскрытия творческого потенциала ребенка. Работа над созданием медиапродукта позволяет проявить себя, попробовать свои силы в разных видах деятельности – от гуманитарной до технической. И, конечно же, показать публично результаты своей работы.

Важная особенность работы состоит в том, что она является коллективной социально-значимой деятельностью. Трансляция с мероприятия, новостной блок, тематические видеоролики, медиастатья 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 медиацентра:

- жизненный опыт, необходимый для успешного усвоения предлагаемых знаний: занятия в кружках и секциях, взаимоотношения в семье, уровень воспитанности.
- психологические особенности конкретного ребенка: умение общаться со сверстниками, стремление к самостоятельности, «взрослой» жизни, самоутверждению, повышенная эмоциональность, застенчивость, чувствительность к оценке своих действий. Учитываются умственное развитие ребенка, его поведение.
- потенциальную потребность в творческом самовыражении: стремление заслужить уважение сверстников, учителей, родителей, самопознание, любознательность, проявление интереса к новым видам деятельности.

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.

Практическая значимость

Одна из особенностей программы «PRO школу» - ее практико-ориентированный характер. Обучающиеся проходят обучение в процессе работы над реальным медиа продуктом – пополнение видео-, фотоархива со школьных и городских праздников и мероприятий, работа над созданием медиа текстов, видео новостей о событиях в школе для официального сайта, мультимедийное сопровождение традиционных мероприятий, фестивалей, конкурсов. Главной задачей также является не только выпуск готовых медиа продуктов (передач, видеороликов) по запланированному графику, но и обучение воспитанников по данному направлению через тренинги, мастер-классы, участие в конференциях и конкурсах.

В процессе работы школьного художественно-творческого медицентра создаются и постоянно пополняются видео-, фото-, и аудио архивы, печатные медиа тексты, непосредственно относящиеся к деятельности школы:

- фотосъемка проводимых в школе мероприятий (семинаров, конференций и т.п.) с целью дальнейшего оформления в цифровой медиа ресурс;
- видеосъемка, монтаж и выпуск готовых цифровых медиа продуктов, посвященных различным мероприятиям, проводимым на территории школы и вне ее, художественно-творческим, информационным школьным видеопроектам, медийное сопровождение школьных праздников, видеозапись;
- проведение в школе видеоконференций через Интернет и по другим каналам связи;

Адресат программы «PRO школу»

Программа рассчитана на детей от 13 до 17 лет. Срок реализации программы – 1 год.

Возрастные особенности 13-16 лет

Подростковый возраст разделяется на младший подростковый и старший подростковый. Для этого существуют как внешние, так и внутренние (биологические и психологические) предпосылки. Расширение социальных связей подростка: предоставляется возможность для участия в многогранной общественной жизни коллектива. Наличие внутренних биологических предпосылок объясняется тем, что в этот период весь организм человека выходит на путь активной физиологической и биологической перестройки.

Повышаются утомляемость, возбудимость, раздражительность, негативизм, драчливость подростков, - так начинается негативная фаза подросткового возраста. Ей свойственны беспокойство, тревога, диспропорции в физическом и психическом развитии, агрессивность, противоречивость чувств, снижение работоспособности. Позитивная фаза наступает постепенно и выражается в том, что подросток начинает ощущать близость с природой, по-новому воспринимать искусство, у него появляется мир ценностей, потребность в интимной коммуникации, он испытывает чувство любви, мечтает.

Происходит и смена ведущей деятельности: роль ведущей в подростковом возрасте 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.

Общение. Ведущим мотивом поведения подростка 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. Подросток максимально подвержен влиянию группы, ее ценностей; он боится утратить популярность среди сверстников.

Общественно-полезная деятельность. Пытаясь утвердиться в новой социальной позиции, подросток старается выйти за рамки ученических дел в другую сферу, имеющую социальную значимость. Для реализации потребности в активной социальной позиции ему нужна деятельность, получающая признание других людей, деятельность, которая может придать ему значение как члену общества. Характерно, что когда подросток оказывается перед выбором общения с товарищами и возможности участия в общественно-значимых делах, подтверждающих его социальную значимость, он чаще всего выбирает общественные дела. Общественно-полезная деятельность является для подростка той сферой, где он может реализовать свои возросшие возможности, стремление к самостоятельности, удовлетворив потребность в признании со стороны взрослых, «создает возможность реализации своей индивидуальности».

Потребность в общении со сверстниками актуализирует проблему уверенного поведения. Современные подростки часто теряются в провокационных, задевающих, угрожающих ситуациях, выбирая либо подчинение, либо ответную агрессивность. Другой тип ситуаций, в которых у подростков преимущественно преобладает неконструктивный стиль поведения, — это ситуации, когда самому подростку или другому человеку нужна поддержка.

Наблюдается следующая динамика мотивов общения со сверстниками: в 12-13 лет подростку важно занять определенное место в коллективе сверстников. Содержание общения младших подростков сосредоточивается вокруг процессов учения и поведения — лидер среди сверстников тот, кто лучше учится и правильно себя ведет, положительный образ является ведущим. В 14-15 лет доминирует стремление к автономии в коллективе и поиск признания ценности собственной личности в глазах сверстников. Содержание общения фокусируется на вопросах личностного общения, индивидуальности — наиболее привлекательной становится личность «интересная»,

«сильная», «особенная». У многих подростков оказывается фрустрированной потребность «быть значимым» в их среде.

Режим организации занятий

Срок реализации программы	Продолжительность занятий	Периодичность в неделю (час)	Кол-во часов в неделю (час)	Кол-во часов в год
2023 – 2024 уч.год	1 час	1 раз в неделю	1	34
Итого				34 часа

Формы организации образовательного процесса

Дополнительная общеобразовательная общеразвивающая программа «PRO школу» нацелена на творческую самореализацию учащихся в общеобразовательной школы. В ней 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, дискуссии для юных журналистов;
- контрольные: прием видеороликов и другой медиа продукции.

Особенности реализации программы и место проведения занятий

Программа «PRO школу» предназначена для занятий социально-педагогической направленности. Задания по программе построены на основании современных научных представлений о физиологическом, психологическом развитии ребенка этого возраста, раскрывает особенности соматического, психологического и социального здоровья. Занятия проводятся либо в аудитории (теоретического характера), либо в актовом зале (интерактивные), либо не закреплены за определенным местом (практические), проводятся после всех уроков основного расписания, продолжительность соответствует рекомендациям СанПиН.

Программа реализуется в течение 1 года. Продолжительность учебного года 34 недели непосредственно в условиях кружка. Основой образовательного процесса является групповое обучение (34 часа/год).

Программой предусмотрены теоретические и практические (лабораторные работы, фото- и видеосъемка) занятия. Большая часть практических занятий проводится во время различных

мероприятий – праздников, экскурсий, посещений театров, музеев, выездов на природу. Выполняя самостоятельную работу по проекту, обучающиеся приобретают навыки написания статей, текстов к интервью и видео новостям, работы с фото- и видеотехникой, графическими и аудио редакторами, осваивают различные программы по монтажу и обработке видео, развивают умение самостоятельной деятельности и умение использовать полученные ранее знания.

Объект занятий – процесс медиаобразования старшеклассников на материале кинопрессы.

Предмет курса – ключевые понятия медиаобразования.

Цель курса – создание единого образовательного пространства для успешной социализации личности учащегося в условиях современных информационных технологий и творческой самореализации учащихся через процесс получения и обработки информации.

Задачи курса включают в себя:

- изучение агентства, аудитории, категорий, языков, технологий, репрезентаций медиа в результате проведения «литературно-имитационных» медиаобразовательных занятий;
- изучение агентств, аудитории, категорий, языков, технологий, репрезентаций медиа в результате проведения «театрализованно-ситуативных» медиаобразовательных занятий;
- изучение агентств, аудитории, категорий, языков, технологий, репрезентаций медиа в результате проведения «изобразительно-имитационных» медиаобразовательных занятий;
- развитие творческих способностей, индивидуального, критического, аналитического мышления в результате проведения медиаобразовательного цикла занятий.

Практическая значимость: в результате медиаобразовательных занятий старшеклассники должны приобрести знания по теории медиа, а также уметь их использовать в повседневной практике при общении с медиа.

Содержание программы

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;
 - б) собственные издания;
- 2) Корпоративные издания
- 3) Издания для массовой аудитории
 - а) подростковые и молодежные;
 - б) для семейной аудитории.

4) Издания для профессиональной аудитории

5) Рекламные издания

6) Просветительские издания

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.

Медиа технологии 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.

«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. И так, 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 № 3. 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.

КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

№ п/п	Тема занятия	Кол. часов	Дата по плану	Дата фактич.
ВВЕДЕНИЕ				
1.	Вводное занятие. Цели и задачи курса «Медиаclub».	1	04.09 05.09 06.09	
ХАРАКТЕРИСТИКА КИНОПРЕССЫ				
2.	Медиа и человечество: их влияние друг на друга.	1	11.09 12.09 13.09	
3.	Пресса. Определение, обозначение ее роли в системе медиакультуры, и в современном российском обществе.	1	18.09 19.09 20.09	
4.	Типология кинопрессы: развлекательно-информационные издания, информационно-развлекательные издания, информационно-аналитические издания, информационно-аналитические, теоретические, креативные издания.	1	25.09 26.09 27.09	
5.	Виды кинопрессы: интернет – издания, корпоративные издания, издания для массовой и профессиональной аудитории, рекламные и просветительские издания.	1	02.10 03.10 04.10	
6.	Ролевая игра «Новости».	1	09.10 10.10 11.10	
7.	Социальная реклама.	1	16.10 17.10 18.10	
8.	Социальная реклама.	1	23.10 24.10 25.10	
9.	Практическое занятие №1. Круглый стол: «Актуальные проблемы современного общества». Обзор социальной рекламы.	1	06.11 07.11 08.11	
10.	Дискуссия. Анализ кадров, фотографий (социальное направление).	1	13.11 14.11 15.11	
11.	Ролевая игра «Кинопресса».	1	20.11 21.11 22.11	
ИЗУЧЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЙ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ				
12.	Ключевые понятия медиаобразования.	1	27.11 28.11 29.11	
13.	Определение аудитории. Обращение и налаживание контакта с публикой.	1	04.12 05.12	

			06.12	
14.	Практическое занятие №2. Обзор видеофильмов социального характера. Дискуссия.	1	11.12 12.12 13.12	
15.	Как аудитория реагирует на тексты. Подбор актуальной информации.	1	18.12 19.12 20.12	
16.	Оратор и его аудитория. Классификация выступлений.	1	25.12 26.12 27.12	
17.	Интервью.	1	09.01 10.01 11.01	
18.	Ролевая игра «Новости».	1	15.01 16.01 17.01	
19.	Ролевая игра «Новости».	1	22.01 23.01 24.01	
20.	Деловой этикет.	1	29.01 30.01 31.01	
21.	Ролевая игра «Пресс-конференция со звездами кино/теле-сериалов».	1	05.02 06.02 07.02	
22.	Эвфемизация текстов в СМИ.	1	12.02 13.02 14.02	
23.	Практическое занятие №3. Написание статей в школьный телеграм канал	1	19.02 20.02 21.02	
ХАРАКТЕРИСТИКА СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ КИНОПРЕССЫ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ 6 КЛЮЧЕВЫХ ПОНЯТИЙ МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ				
24.	Агентства – концептуальная основа СМИ, его учредители.	1	26.02 27.02 28.02	
25.	Объем иллюстраций, «ведущие» жанры медиатекстов.	1	04.03 05.03 06.03	
26.	Аудитория. Тираж издания, характер взаимодействия с читателем.	1	11.03 12.03 13.03	
27.	Реклама и ее место в издании, оформление обложки и т.д.	1	18.03 19.03 20.03	
28.	Практическое занятие №4. Создание рекламы.	1	01.04 02.04 03.04	
29.	Культура речи.	1	08.04 09.04 10.04	
30.	Искусство редактирования.	1	15.04 16.04	

			17.04	
31.	Практическое занятие №5. Эвфемизмы в СМИ.	1	22.04 23.04 24.04	
32.	Практическое занятие №6. Написание статей в Корпоративную газету «Дальневосточная магистраль».	1	29.04 30.04 02.05	
33.	Повторение и закрепление изученного материала.	1	06.05 07.05 08.05	
34.	Итоговый урок за год.	1	13.05 14.05 15.05	

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЛИТЕРАТУРА

Баженова Л.М. Медиаобразование школьника (1-4 классы). М.: Изд-во Ин-та художественного образования Российской Академии образования, 2004. 55 с.

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация. Западные теории и концепции. М.: Аспект-пресс, 2005. 176 с.

Вершинская О.Н. Информационно-коммуникационные технологии. М.: Наука, 2007. 203 с.

Возчиков В.А. Педагогика журналистики в аспекте развития коммуникативных умений. Бийск: НИЦ БиГПИ, 2000. 160 с.

Грачев Г.В. Личность и общество: информационно-психологическая безопасность и психологическая защита. М.: ПЕРСЭ, 2003. 304 с.

Змановская Н.В. Программа формирования медиаобразованности учителя. Иркутск: ИПКПРО, 2003. 65 с.

Интернет в гуманитарном образовании / под. ред. Е.С.Полат. М.: ВЛАДОС, 2001. 272 с.

Кириллова Н.Б. Медиасреда российской модернизации. М.: Академический проект, 2005. 400 с.

Медиаобразование сегодня: содержание и менеджмент / отв. ред. А.В. Федоров. М.: Изд-во. Гос. ун-та управления, 2002. 80 с.

Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: Методология анализа и практика исследований. М., 2003.

Образовательные технологии XXI века. ОТ'04 / ред. С.И. Гудилина, К.М. Тихомирова, Д.Т. Рудакова. М.: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения Российской Академии образования, 2004. 349 с.

Преподаем журналистику: взгляды и опыт (Медиаобразование: концепции и перспективы) / ред.-сост. С.Г. Корконосенко. СПб.: Изд-во СПб. гос. ун-та, 2006. 152 с.